

Corporate Profile



Indice

1. Explora, la nuova Destination Management Organization per la Lombardia
2. InLOMBARDIA, il Brand di promozione turistica della Lombardia
3. Progetti e campagne di comunicazione e promozione
4. Contatti

1. Explora, la nuova Destination Management Organization (DMO) per la Lombardia

Explora è la **Destination Management Organization (DMO)** di Regione Lombardia, di Camera di Commercio di Milano e, attraverso **Unioncamere Lombardia**, di tutte le Camere di Commercio lombarde, a servizio delle imprese e del territorio. È il soggetto che ha come funzione primaria la promozione dell'intera offerta turistica della Lombardia e lo fa attraverso il brand **inLOMBARDIA**, un format innovativo di promozione, un modello flessibile e una forte caratterizzazione digitale. **Explora** ha il compito di guidare le strategie di promozione turistica verso i mercati nazionali e internazionali in completa armonia e sinergia con le realtà locali, attraverso la costruzione di una rete di collaborazioni fra gli operatori turistici, le istituzioni e le associazioni di categoria. In particolare, **Explora** si mette al servizio di **Regione Lombardia**, del **sistema camerale lombardo** e dei territori per:

- Valorizzare le destinazioni** e i territori attraverso un modello organizzativo “federale”
- Strutturare una collaborazione** con il sistema delle imprese
- Fornire strumenti utili** al territorio e alle imprese
- Promuovere** in ottica di mercato l'offerta turistica ed esperienziale del territorio
- Comunicare** attraverso un brand ombrello le eccellenze della Lombardia.

L'**attività** di Destination Management per **Explora** parte dalle risorse e dalla domanda di mercato e prevede:

- Organizzazione e gestione dell'informazione
- Qualificazione dei prodotti e dei servizi turistici locali
- Integrazione e clusterizzazione dell'offerta turistica
- Creazione di un network relazionale tra operatori locali o esteri
- Monitoraggio della domanda e dell'offerta turistica
- Sviluppo e rafforzamento dell'immagine turistica della destinazione.

Le attività di **Explora** si rivolgono ai seguenti **stakeholder**:

- Soggetti Istituzionali del territorio**: quali **Regione Lombardia**, **Sistema delle Camere di Commercio lombarde**, comuni, enti di promozione locale e consorzi. Con loro **Explora** intende mettere a disposizione il proprio know-how e una strategia comune e sinergica al fine di ottimizzare le iniziative massimizzandone i ritorni negli investimenti.
- Imprese del turismo locale**: quali tour operator, agenzie di viaggio, hotel, ristoranti, fornitori di servizi turistici e complementari. Con loro **Explora** lavora per strutturare un'offerta turistica attrattiva e competitiva da comunicare al mercato nazionale ed internazionale.
- Associazioni di categoria, imprese ed università**: con loro **Explora** si propone di affrontare attività di partnership e co-marketing con un approccio WIN-WIN

Explora, guida le attività di marketing e promozione della destinazione, lavorando in stretta sinergia con tutti gli stakeholder, al fine di dare maggiore risalto alle singole iniziative e con l'obiettivo ultimo di mettere a sistema un **modello di promozione congiunto**, sinergico ed efficace.

La promozione della destinazione avviene in modo unico tra online e offline e si basa su strumenti digitali **multicanale, multilingua** e tecnologicamente avanzati:

- Website, Twitter e LinkedIn corporate Explora:** con sezioni news ed eventi e aree ad accesso riservato per gli operatori registrati, costituisce il punto di raccordo di tutte le informazioni provenienti dal territorio e amplifica in maniera esponenziale la visibilità dei singoli operatori e delle iniziative specifiche.
- in-lombardia.it:** il portale di destinazione tradotto in 7 lingue e suddiviso in sezioni tematiche
- Social networks di inLOMBARDIA: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest e Google+ in italiano e inglese.** Storytelling della destinazione e delle esperienze di viaggio che si possono vivere nella regione anche attraverso agli UGC raccolti con l'hashtag **#inLombardia**
- Metabooking sul portale in-lombardia.it:** permette ai turisti la consultazione, in tempo reale, della disponibilità delle camere e la prenotazione del soggiorno. Il vantaggio, per gli operatori, è quello di avere un canale aggiuntivo di vendita online che non subisca intermediazione e transaction fee.
- Dashboard regionali e territoriali:** strumenti interattivi di raccolta, monitoraggio e visualizzazione dei dati e delle informazioni. Consentono agli operatori la rilevazione in tempo reale del sentiment e aprono l'accesso ai big data.

2. inLOMBARDIA, il Brand di promozione turistica della Lombardia

inLOMBARDIA è il nuovo **brand di promozione turistica della regione Lombardia** che, grazie alle sue caratteristiche di **inclusività, multifunzionalità ed esperienzialità**, risponde in termini di comunicazione alla strategia regionale di operare in modo federato con il territorio e di declinare un'offerta di prodotto esperienziale.

L'**obiettivo** del brand **inLOMBARDIA** è quello di dare connotazione regionale ai molti microbrand di destinazione che appaiono oggi slegati agli occhi dei turisti, lavorando in stretta sinergia con enti, associazioni e operatori per dare maggior risalto alle singole iniziative e per mettere a sistema un **modello di promozione congiunto, sinergico ed efficace**.

Il brand è veicolato attraverso **attività di marketing e comunicazione** tradizionali e online e attraverso campagne e **progetti mirati** di product experience sui territori. Il beneficio, per le destinazioni e per gli operatori, consiste in un ritorno di immagine e nell'aumento dei flussi turistici.

Tra gli strumenti di **comunicazione digitale**:

- Il portale web www.in-lombardia.it
- Minisiti tematici
- Social Network
- DEM e newsletter

Tra le **attività tradizionali**:

- Partecipazione a Fiere
- Magazine **inLOMBARDIA** e altri materiali cartacei
- Ufficio Stampa

2.1. Il portale www.in-lombardia.it

Lo strumento di comunicazione cardine del brand **inLOMBARDIA** è il **portale B2C** www.in-lombardia.it, che rappresenta una vetrina per i territori, una piattaforma multicanale e multilingue, completamente responsive per la navigazione da mobile e tablet, che consente ai turisti di accedere a informazioni, aggiornamenti, descrizioni, immagini e video che raccontano le bellezze del territorio, oltre ad una gamma di proposte di viaggio, di accommodation e servizi.

L'**obiettivo** del portale è molteplice: ispirare, informare e raccontare le storie della destinazione e le sue eccellenze facendo incontrare la domanda e l'offerta del sistema turistico. I soggetti coinvolti sono, da un lato, i fornitori di alloggi (hotel, B&B, agriturismi, appartamenti, etc) e di servizi (guide turistiche, agenzie incoming, attività esperienziali, etc) e, dall'altro, i fruitori dei servizi, ovvero i turisti.

3. Progetti e campagne di comunicazione e promozione

Durante il 2016, per la promozione di **inLOMBARDIA** si attiveranno iniziative e progetti che diano risalto alle eccellenze del territorio lombardo.

3.1 #inLOMBARDIA365 www.365.in-lombardia.it

Un viaggio della durata di un anno alla scoperta della regione attraverso **influencers** e **instagramers** nazionali e internazionali di grande rilevanza in rete: 365 giorni scanditi in più incursioni sul territorio in cui bloggers, locals, ambassadors e turisti saranno accolti dal sistema territoriale per una scoperta continua e approfondita delle eccellenze lombarde da veicolare sulle proprie community. Le visite sono:

1. #Bergamo
2. #Valtellina
3. #capitale dellacultura2016 #Mantova
4. #Milano+LagoComo
5. #Lago di Garda+Brescia
6. #LagoVarese e Maggiore
7. #Iseo+Franciacorta
8. #Milano+#Monza GP d'Italia
9. #LagoGarda
10. #InOltrePoPavese+Pavia
11. #Cremona+Lodi

12. #Valtellina+Livigno

13. #Milano

È prevista inoltre una gita di un giorno a **Rocca d'Anfo l'11 giugno 2016**

L'**obiettivo** del progetto è far conoscere la Lombardia e la sua offerta turistica esperienziale sui mercati target attraverso il coinvolgimento e l'interazione dei territori con gli influencer della rete, col risultato di incrementare l'**Awareness** di **#inLombardia**, **Explora** e **Regione Lombardia** grazie ad un progetto che possa essere una case history.

3.2 #SAPOREINLOMBARDIA – In viaggio con Marchesi www.sapore.in-lombardia.it

Un progetto unitario di promozione legato all'enogastronomia, all'interno del bando di attuazione della delibera n. X/4219 del 23/10/2015 di RL: **#SaporeInLombardia** è il programma di **Explora** in sette itinerari attraverso la Lombardia in cui il Maestro Gualtiero Marchesi farà da guida alla **scoperta delle eccellenze enogastronomiche** della regione, compiendo percorsi di contaminazione tra tradizione, cultura e storia locali; i racconti verranno sintetizzati in video, storie, un libro e un sito web con gli approfondimenti e le storie dei protagonisti incontrati lungo il tour.

L'**obiettivo** è la promozione dell'attrattività turistica enogastronomica dei percorsi attraverso la figura-chiave del fondatore della nuova cucina italiana: l'iniziativa evidenzia i valori del patrimonio storico e culturale territoriale e le unicità degli aspetti di accoglienza, ristorazione, prodotti tipici e artigiani del gusto, allo scopo ulteriore di offrire ispirazioni di viaggio ai turisti che prediligono l'enogastronomia.

3.3 12 Incontri per 12 territori / Food meets digital explora.in-lombardia.it/12-incontri-12-territori

L'insieme di iniziative a tema enogastronomico di **Explora** che coniuga la formazione alla promozione social della destinazione: come **"12 incontri per 12 territori"**, che vede il coinvolgimento sinergico di operatori del settore, esperti della comunicazione web e social e influencers, per una serie di appuntamenti sulla digitalizzazione a tema turismo enogastronomico e valorizzazione della filiera della ristorazione, a cui si unisce l'azione di promozione del territorio attraverso lo storytelling condotto dagli influencers, accompagnati ogni volta alla scoperta di un diverso territorio e delle sue eccellenze.

L'**obiettivo** è molteplice:

- fornire agli operatori del settore la formazione relativa alle competenze social e agli strumenti digitali, allo scopo di incrementare la loro presenza online
- Stabilire un network di promozione unitaria del territorio lombardo, all'interno del quale creare relazioni tra gli operatori del settore in una logica di offerta esperienziale e nuove alleanze di prodotto turistico
- Generare interesse e consenso tra gli operatori del settore e gli influencer, e stimolare l'engagement delle community della rete
- Promuovere un filone tematico turistico che faccia emergere la Lombardia come destinazione turistica enogastronomica attraverso i contenuti generati e le azioni di PR annesse

3.4 Cult City inLOMBARDIA, *Weekend da collezionare*

Explora si occupa, in supporto a Regione Lombardia (Assessorati Sviluppo Economiche e Culture), della definizione di un progetto unitario di promozione legato alle capitali d'arte, all'interno del bando di attuazione della delibera n. X/4443 del 30/11/2015 e del decreto n. 3132 del 08/04/2016. Un'iniziativa di valorizzazione dei capoluoghi lombardi in chiave contemporanea: raccontando le destinazioni come un insieme di esperienze

autentiche, le città d'arte capoluogo diventano **Cult City**, ovvero città ideali per City Break, soggiorni e weekend da collezionare, tappe immancabili nel diario di viaggio di un turista moderno.

L'**obiettivo** dell'iniziativa ha alla base un'azione di coordinamento e sistematizzazione della proposta "città", con una brand identity unitaria e distintiva che metta a sistema il patrimonio storico, artistico ed enogastronomico delle singole destinazioni, allo scopo di promuoverlo sul mercato italiano e internazionale, anche attraverso iniziative speciali ed eventi coordinati, partecipati e innovativi che al contempo vadano a vivacizzare i territori coinvolti.

3.5 Cineturismo: Lombardia Superstar in-lombardia.it/lombardia-terra-di-cinema

Explora a supporto di Regione Lombardia (Assessorati Sviluppo Economiche e Culture) conduce un progetto unitario regionale di promozione in attuazione della DGR n. X/4445 del 30/11/2015: **Lombardia Superstar** è un'iniziativa di **valorizzazione dei luoghi lombardi utilizzati come location cinematografiche e televisive**, in chiave turistica. Luoghi simbolo e paesaggi del territorio messi in risalto da capolavori del cinema diventano nuove motivazioni di viaggio per scoprire le peculiarità della Lombardia, a completamento di una vera esperienza turistica che parte da un film ma che diventa realtà.

L'**obiettivo** è stimolare l'interesse e incrementare l'awareness di aree più o meno note del territorio, generando nuovi flussi turistici e allargando la proposta di itinerari e prodotti che vada oltre i luoghi iconici, attraverso un'iniziativa di marketing territoriale focalizzata sul modello promozionale del cineturismo.

3.6 Turismo Religioso

Explora patrocina un progetto unitario di promozione legato al turismo religioso all'interno del bando di attuazione delle delibere n. X/3701 del 12/06/2015 e n. X/4957 del 21/03/2016: un progetto che valorizza in ottica post giubilare il turismo religioso in Lombardia, attraverso la riqualificazione delle risorse culturali e religiose in disuso.

L'**obiettivo** è la promozione delle esperienze extra-ordinarie: luoghi, attività e persone che permettono al turista di riscoprire se stesso una Lombardia "slow" e accogliente, con proposta turistica che si articola tra soggiorni nei monasteri e weekend di spiritualità, e valorizza i cammini storici in chiave esperienziale. Le attività di comunicazione che inLOMBARDIA intende attivare prevedono un sito tematico e attività social con #dedicato.

3.7 Cicloturismo

Il progetto, all'interno del bando di attuazione delle delibere n. X/4352 del 20/11/2015 e n. 4765 del 28/01/2016, attraverso il quale **Explora** promuove l'offerta della regione Lombardia legata al cicloturismo e alla valorizzazione integrata, in chiave turistica, degli asset identitari del territorio grazie al coinvolgimento di testimonial e di partner.

L' **obiettivo** è molteplice:

- Consolidare la reputation del territorio lombardo in qualità di meta riconoscibile e affermata nell'ambito dell'offerta cicloturistica
- Aumentare l'incoming legato al cicloturismo, anche in una logica di destagionalizzazione della domanda e di sostenibilità ambientale dei flussi
- Integrare i soggetti della filiera estesa del cicloturismo

3.8 Promozione del territorio Lago d'Iseo – The Floating Piers in-lombardia.it/the-floating-piers

Nell'ambito dell'importante evento legato all'installazione dell'artista Christo sul Lago d'Iseo (la passerella galleggiante che l'artista stenderà tra Montisola e Sulzano fino all'isola di San Paolo) **Explora** supporta, su indirizzo di Regione Lombardia, il G16 dei comuni lacustri nello sviluppo di una memoria storica per garantire ricadute positive in termini turistici anche a conclusione dell'iniziativa.

La partecipazione di Explora si esplica in una serie di azioni che comprendono: la realizzazione time lapse dell'installazione di Christo, la veicolazione di pacchetti green proposti dai parchi naturalistici della zona, lo sviluppo di un welcome kit di promozione del territorio e una strategia di social amplification secondo la quale i canali web e social di **inLOMBARDIA** saranno animati con una comunicazione costante attraverso la collaborazione con blogger, influencer e giornalisti italiani e internazionali

3.9 Anno del Turismo inLOMBARDIA explora.in-lombardia.it/anno-del-turismo/cosa-e/

Il progetto lanciato dal Presidente Maroni e approvato con DGR 4745 del 22 gennaio 2016 che per un anno, a partire dal 29 maggio 2016, vede il brand **inLOMBARDIA** protagonista di un'innovativa strategia di promozione turistica delle peculiarità del patrimonio lombardo attraverso un programma multitematico di azioni, misure, lanci, eventi e progetti di comunicazione in sinergia con il territorio.

L'**obiettivo** dell'iniziativa mira all'amplificazione della conoscenza delle eccellenze turistiche lombarde al pubblico con il coinvolgimento di enti e operatori della filiera dell'attrattività, cittadini, stakeholders, turisti, in un modo rinnovato di operare in sinergia tra loro per l'ottimizzazione di investimenti e sforzi, e attraverso l'azione del brand inLOMBARDIA diffusa sul territorio, nel web, sui social, nei progetti di promozione e comunicazione per l'attrattività della destinazione.

3.10 La nuova rete regionale dei punti di informazione e accoglienza turistica

Explora è a supporto dell'Assessorato allo Sviluppo Economico nella definizione del progetto per l'uniformazione delle strutture di informazione turistica della Lombardia, coerentemente con quanto previsto all'art. 11 della l.r. 27/2015 «Strutture di informazione ed accoglienza turistica», finalizzato a: coprire al meglio, in ottica di servizio per il turista, tutte le aree di maggiore vocazione e rilevanza turistica, facilitare il riconoscimento degli spazi informazione di turistica e garantire uniformità dei servizi erogati ai turisti.

La partecipazione di Explora si esplica nelle azioni di:

- Supporto per la definizione dell'immagine coordinata attraverso un concorso indetto in collaborazione con ADI, associazione organizzatrice del Premio Compasso d'Oro, per la definizione del logo e layout interno ed esterno;
- Definizione dei requisiti per lo sviluppo di una piattaforma software: metabooking, CRM, CMS;
- Offerta di tool di comunicazione: brandbook, template per materiale (mappe, flyers);
- Organizzazione di incontri di formazione.

3.11 Milano Moda Graduates

L'evento, promosso da Regione Lombardia, Camera Della Moda e Piattaforma Sistema Formativo Moda (l'associazione che riunisce istituti di formazione, accademie e università del territorio italiano che forniscono percorsi formativi relativi al settore della moda) si svolge a Milano il 29 e 30 giugno 2016, per riunire le eccellenze delle scuole di moda italiane in due giorni di sfilate, incontri, talk e workshop.

L'**obiettivo** della partecipazione di **Explora** è la massimizzazione delle ricadute dell'evento in chiave di attrattività turistica, e si esplica attraverso: attività in loco unite ad azioni di social-web amplification e digital pr, con il coinvolgimento di ambassadors tra gli studenti stranieri delle scuole, progettazione di contenuti visual per unire alla comunicazione dell'evento la valorizzazione del territorio.

3.12 IG Call

L' **Instagram Challenge** è il contest fotografico che Explora conduce con il brand inLOMBARDIA in sinergia con le community Igers dell'intero territorio lombardo: un progetto della durata di 6 mesi articolato in 12 call fotografiche tematiche, volto a creare un racconto digitale della regione per immagini, di cui le 12 più meritevoli entreranno a far parte del calendario **inLombardia2017**.

L'**obiettivo** è creare un lavoro di squadra con le community Igers per coinvolgere la cittadinanza nel racconto della destinazione, incrementare contenuti bottom-up e fan base.

3.13 Promozione della Valtellina

Explora, in partnership con Regione Lombardia, Explora, CCIAA Sondrio, Consorzio Valtellina Turismo, Provincia di Sondrio, Unione del Commercio e dei Servizi della Provincia di Sondrio, BIM, conduce un progetto per la valorizzazione turistica della destinazione Valtellina, volto a posizionare sul mercato nazionale e internazionale un'offerta competitiva, sostenibile e di qualità.

Le principali linee di azione si concentrano sulla promozione di una brand identity unitaria che accosti inLOMBARDIA, Valtellina e i brand turistici locali in un'ottica di sviluppo del prodotto enogastronomico e cicloturistico, attraverso l'organizzazione di incontri di formazione del programma "12 incontri per 12 territori" e di due tappe di #inLombardia365, una comunicazione integrata e il coinvolgimento degli operatori del settore e dei locals.

3.14 Intese Sovraregionali

In data 11.12.2015 le Regioni Lombardia, Piemonte e Liguria hanno stretto un'intesa per l'istituzione di una cabina di regia sovraregionale per una promozione turistica congiunta e integrata del territorio attraverso:

- Partecipazioni a manifestazioni fieristiche internazionali
- Organizzazione di eventi congiunti all'estero
- Declinazione Sovraregionale di progetti già in cantiere per la Lombardia (#inLombardia365)
- Allargamento raggio di azione dei progetti Acqua e Ciclo Maggiore

Uno dei progetti già attivati riguarda il cicloturismo con un particolare focus sul **progetto Interregionale Area Laghi**, che coinvolge l'area laghi tra Lombardia, Liguria e Piemonte.

EXPLORA

Explora è la Destination Management Organization (DMO) di Regione Lombardia, di Camera di Commercio di Milano e, attraverso Unioncamere Lombardia, di tutte le Camere di Commercio lombarde, a servizio delle imprese e del territorio. Attraverso il brand inLOMBARDIA, format innovativo, flessibile e dalla forte caratterizzazione digitale, Explora supporta lo sviluppo delle strategie di promozione turistica verso i mercati nazionali ed internazionali in completa armonia e sinergia con le realtà locali di promozione già esistenti sotto un piano comune e integrato e di stretta intesa con le strategie e politiche regionali.

Ufficio Stampa: Federica Basso – email: federica.basso@exploratourism.it – press@exploratourism.it – Mobile: +39 338 7875404 www.explora.in-lombardia.it