



CORPORATE PROFILE

Explora S.C.p.A.
Via Fabio Filzi 22, Milano
explora.in-lombardia.it



INDICE

1. Explora, la DMO per la Lombardia
2. InLOMBARDIA, il Brand Destination Marketing per la Lombardia 2
3. Campagne esperienziali
4. Campagne tematiche
5. Contatti



1

Explora, la DMO per la Lombardia



Explora è l'agenzia di promozione turistica di **Regione Lombardia** e delle **CCIAA lombarde**. In qualità di **Destination Management Organization**, ha come funzione primaria quella di promuovere la destinazione e l'intera offerta turistica della Lombardia. 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 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

4

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

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. Le attività di Explora si rivolgono a molteplici **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

La promozione della destinazione avviene in modo unico tra online e offline e si basa su strumenti digitali **multicanale**, **multilingua** e tecnologicamente avanzati. Tra i numerosi strumenti digitali che Regione Lombardia ed Explora mettono a disposizione del territorio:

- **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
- **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 Destination Marketing per la Lombardia

6

inLOMBARDIA è il 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
- Social Network @inLombardia che contano oggi **oltre 280.000 follower**
- DEM e newsletter
- Concorsi a premi
- App inLombardiaBike e inLombardia Pass

Tra le **attività tradizionali**:

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



2.1

Il portale
in-lombardia.it

8

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, RACCONTANDO LE STORIE DELLA DESTINAZIONE E LE SUE ECCELLENZE e far 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.

A inizio 2018 il portale in-lombardia.it è stato aggiornato in una **nuova versione** che racchiude un grande ecosistema digitale turistico che mette in rete l'intera filiera del turismo regionale. L'interfaccia unica è progettata per rendere ancora più fluida la navigazione, con focus sulle località, gli eventi e un booking engine con le disponibilità in tempo reale integrato con le OTAs alberghiere e dei servizi ancillari. Ma la principale innovazione del portale è il suo essere una grande e integrata intranet regionale a disposizione degli infopoint, delle agenzie di promozione turistica locale e degli operatori per potersi confrontare e aggiornare su dati, iniziative in corso, panel formativi e molto altro, attraverso dashboard di interscambio di informazioni e condivisione di contenuti dalla regione verso gli operatori e viceversa.

9



3

Campagne esperienziali

10

Explora S.C.p.A.
Via Fabio Filzi 22, Milano
explora.in-lombardia.it



Nel corso del 2018 per la promozione di inLOMBARDIA si attivano iniziative e progetti che danno risalto alle eccellenze del territorio lombardo.

DIGITAL INFLUENCER PROGRAM

Prosegue il viaggio alla scoperta della regione attraverso **influencers** e **instagramers** internazionali e nazionali con grande seguito in rete e con attitudini particolari. Dieci incursioni sul territorio e altri 365 giorni in cui bloggers, locals, ambassador, turisti saranno accolti dal sistema territoriale per una scoperta continua e senza filtri delle eccellenze lombarde.

I numeri:

Il successo del programma, che l'anno scorso ha coinvolto 158 influencer su 21 tappe in giro per la regione, è ben evidenziato dai numeri di #inLombardia365, che ha registrato 98.442 menzioni, 1.940.176 engagement e 393.899.275 impressions sui social (aggiornati a giugno 2017). In totale il progetto ha generato 29 video su Youtube, 15.540 tag su Instagram, 108 articoli stampa e 122 blogpost.

11

CINETURISMO

Progetto di valorizzazione dei luoghi utilizzati come location cinematografiche e televisive, in chiave turistica. L'obiettivo è quello di stimolare interesse e incrementare l'awareness di aree più o meno note del territorio, generando nuovi flussi turistici e allargando la proposta di itinerari, prodotti e luoghi a completamento di una vera esperienza di viaggio che parte da un film ma che diventa realtà.



4

Campagne tematiche



#SAPOREINLOMBARDIA

Sapore in Lombardia (#saporeinLombardia) è il progetto di promozione del turismo enogastronomico regionale, nato da una preziosa collaborazione con lo chef Gualtiero Marchesi. **È un progetto «sistema»** che prevede format, iniziative, strumenti (formazione e tool) e palinsesti che diano visibilità al territorio e alle sue eccellenze enogastronomiche. **Storytelling orizzontale on e offline** attraverso le voci di influencer, testimonial, chef, ristoratori e organizzando eventi e iniziative speciali di grande impatto e comunicabilità.

Nel 2018 il format **Sapore**, giunto alla sua terza edizione, prevede importanti novità volte a promuovere il patrimonio gastronomico regionale, non solo in Italia ma anche a livello internazionale, con speciali collaborazioni con Chef regionali, itinerari del gusto e dei vini, festival, eventi e azioni di comunicazione mirate con l'obiettivo di colpire un turista sempre più esigente ed attento.

CULT CITY #INLOMBARDIA

Progetto di **valorizzazione dei capoluoghi lombardi** in chiave moderna ed esperienziale raccontando le destinazioni come un insieme di esperienze autentiche. Da città capoluogo a Capitali d'Arte per City Break. Un progetto di coordinamento e sistematizzazione della proposta «città» che mette a sistema il patrimonio delle singole destinazioni con l'obiettivo di far vivere i territori attraverso eventi coordinati, partecipati e innovativi.

INBICI #INLOMBARDIA

Un progetto unitario di promozione legato al cicloturismo. L'obiettivo del progetto è affermare la Lombardia come destinazione top per gli appassionati di ciclismo in tutte le sue forme, dare rilievo ad un prodotto turistico identificativo del territorio ma non sufficientemente valorizzato, promuovere l'offerta turistica esperienziale della Lombardia in ottica integrata per rafforzarne l'attrattività.

Per andare incontro a chiunque voglia scoprire la Lombardia su due ruote, è nata **la nuova app inLombardia BIKE**, una piattaforma dove trovare itinerari di diverse difficoltà per vivere il territorio, aggiornata con contenuti sempre nuovi. Ogni percorso è corredato da mappe, punti di interesse geolocalizzati, descrizioni e ricche gallery fotografiche. È inoltre possibile scaricare la mappa e i contenuti per avere il tracciato sempre disponibile sul proprio device anche in assenza di connessione dati.

14

www.in-lombardia.it/app-inlombardia-bike

#ILPASSAPORTO #INLOMBARDIA

Lanciato a settembre 2016 per dare una risposta al cittadino e turista all'anno del **turismo lombardo**. Un gioco, un souvenir e un modo divertente per collezionare i propri viaggi inLombardia, ora supportato da **#inLombardia PASS**, la prima app gratuita di gamification e promozione turistica della Lombardia.

APP INLOMBARDIA PASS

Nata come naturale evoluzione digitale del gadget **Passaporto inLombardia**, la **nuova app gratuita #inLombardia PASS**, ideata per far scoprire la regione giocando, è disponibile sugli store iOS e Google Play. Permette di visualizzare le attrazioni nelle vicinanze attraverso la mappa interattiva, leggere curiosità sul territorio fare check-in presso i punti di interesse segnalati, di divertirsi con quiz a tema, partecipare a eventi e condividere infine l'esperienza sui social, guadagnando timbri per scalare la classifica.

www.in-lombardia.it/pass-app

Le iniziative di inLombardia toccano inoltre ulteriori temi esperienziali con proposte stagionali **active e outdoor**, che coinvolgono i numerosi **specchi d'acqua**, i **parchi** della regione e i **panorami di montagna**, in un connubio tra natura e sport che offre innumerevoli possibilità per tutti i gusti. Tra trekking, sci, **golf** e sport acquatici, inLombardia cura e segnala le attività e gli eventi active senza dimenticare la parte **di wellness e relax**, in cui le terme e le spa la fanno da padrone. Promuovendo una regione che vanta il **maggior numero di siti Unesco d'Italia**, inLombardia sostiene l'arte e la cultura del territorio anche attraverso la valorizzazione delle **ville**, dei **castelli** e delle rocche, svelando la ricchezza talvolta nascosta della regione e portandola ai turisti anche internazionali. La promozione della straordinaria ricchezza della Regione Lombardia passa anche attraverso il turismo religioso. Il progetto **Lo Splendore del Vero** porta alla luce i numerosi sentieri di impronta religiosa e il vasto patrimonio culturale ecclesiastico, combinando un'offerta di arte, natura e cultura dove il pellegrino e il turista coesistono.

15