

4. DATI RELATIVI AL PROGETTO

TITOLO

Un viaggio nel circuito AmaParco Scopri. Esplora. Ama.

ABSTRACT

Un progetto a strategia triennale per promuovere la destinazione Romagna attraverso il circuito AmaParco, una rete di 26 parchi tematici e musei che valorizzano le eccellenze del territorio attraverso esperienze emozionali, tour guidati, pacchetti turistici e iniziative che si rivolgono a un ampio target di visitatori e turisti. Dalla cultura alla natura, alla vita all'aria aperta, AmaParco offre ai visitatori la possibilità di esplorare il territorio uscendo dalle solite mete e destagionalizzando la scoperta. Un progetto di marketing integrato di destinazione che mira a promuovere un turismo sostenibile e responsabile, aumentando i partecipanti alle esperienze e la rete di realtà turistiche e di ricettivi a supporto (al momento 22). La creazione di pacchetti tematici (dedicati alla poesia, all'archeologia, ai castelli ecc.) porterà il turista alla scoperta del territorio romagnolo, invitandolo a spostarsi da una città all'altra per vivere un viaggio circolare. Questo favorirà la visibilità del brand AmaParco, sinonimo di qualità, accessibilità e sostenibilità. La scelta triennale è strategica per l'integrazione del circuito nell'offerta turistica regionale e la promozione di un turismo sostenibile, amplificando le possibilità di comunicazione e di visibilità. Negli anni ci si pone l'obiettivo di portare AmaParco all'estero, coinvolgendo e attirando il mercato straniero. Per raggiungere questi obiettivi di crescita e di valorizzazione del nostro territorio, negli anni la promocommercializzazione avverrà attraverso pubblicità e materiali promozionali da distribuire in modo capillare, partecipazione a fiere e azioni di promozione online, attraverso il potenziamento di siti (www.amaparco.it e shop.atlantide.net) e sui canali Social. Molto importanti sono gli Ambassador, capaci di coinvolgere il territorio arrivando a target di più giovani, creando tribù intorno al marchio AmaParco. Ogni anno aumenta la rete di Ambassador e la comunicazione si fa più integrata.

DICHIARA

che il progetto allegato ha strategia

Strategia triennale (1° annualità)

che il presente progetto non è stato presentato ai sensi di altre normative regionali, statali e dell'Unione Europea

DICHIARA INOLTRE

che ha presentato domanda di partecipazione