



**INCOM**



**IN**novazione e **COM**mercio  
a servizio dell'offerta turistica

***Cuneo - 24.06.2013 - Conferenza di presentazione del progetto***

Il progetto “IN COM”, promosso da un **partenariato** composto dalle Città di Cuneo e Chambéry, dalla Camera di Commercio di Cuneo e dal Côtours intende promuovere una serie di **iniziative materiali ed immateriali** finalizzate alla **valorizzazione del settore turistico** mediante l’**utilizzo dell’innovazione tecnologica** e la **qualificazione del comparto commerciale**.



REPUBBLICA ITALIANA



alcotra



Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Il **settore commerciale** rappresenta un importante elemento nella catena di valore dell'offerta turistica. Le **attività commerciali, della ristorazione e della ricettività** sono fondamentali per la competitività dell'offerta turistica di un territorio.

Esse, pur non rappresentando direttamente la motivazione al viaggio ed alla visita di una meta, costituiscono **fattori determinanti nella scelta di una destinazione.**



Viceversa il commercio è tanto più florido quanto maggiori sono i **flussi di utenza indotti**, provenienti dall'esterno dei bacini residenziali locali.

La quota di “utenza aggiuntiva” non legata al bacino residenziale è una **plusvalenza** sottratta ad altri abiti commerciali a vantaggio di quello locale. Buona parte di questa utenza aggiuntiva è **legata a flussi turistici ed a visitatori**.



REPUBBLICA ITALIANA

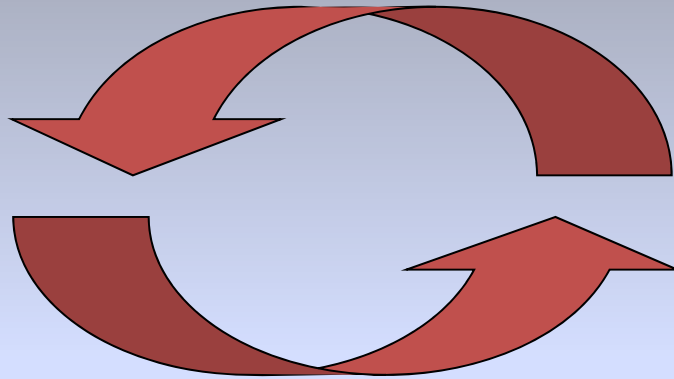


alcotra



Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

*turismo*



*commercio*

E' evidente quindi come le **interconnessioni** tra i due settori siano fondamentali: al "turismo" serve un comparto commerciale (inteso, in senso lato, come l'insieme delle attività commerciali, della ristorazione e ricettività) efficiente e di qualità, al "commercio" viceversa occorrono il flussi dell'utenza turistica per svilupparsi oltre la dimensione prettamente locale.



REPUBBLICA ITALIANA



alcotra



Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Il **binomio turismo / commercio** trova poi una sua **piena integrazione** in contesti in cui alcune **specificità della rete commerciale** rappresentano **elementi attrattori** per visitatori e turisti.

E' il caso, appunto, delle due città partner del progetto, in cui il **mercato settimanale**, il fitto tessuto di **negozi cittadini** e le principali **fiere commerciali** sono, già attualmente, momenti di forte richiamo, e motivazione di visita



La messa a sistema delle interazioni tra turismo e commercio, con l'applicazione di **tecnologie innovative**, che oggi consentono di veicolare una serie di informazioni molto consistente e di specifico interesse per i turisti, è **lo strumento** individuato **per raggiungere l'obiettivo** prefissato di **migliorare l'attrattività turistica dei due ambiti di progetto.**



REPUBBLICA ITALIANA



a l c o t r a



Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE



Una **grande opportunità** per il territori locali, la possibilità di **“monetizzare”** in termini di ricadute economiche **le numerose presenze turistiche** che già oggi visitano i territori circostanti le due città e che vi transitano principalmente per raggiungere le mete di destinazione.



sport invernali  
parchi naturali  
escursionismo / trekking  
cicloturismo

termalismo  
enogastronomia  
storia e tradizioni  
fiere e manifestazioni



CUNEO - CHAMBERY



identici bacini demografici, medesima posizione territoriale e  
distanza da poli metropolitani, similare tessuto socio economico

*flussi turistici*



REPUBBLICA ITALIANA



a l c o t r a



Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

## La struttura del progetto

Il progetto comprende una serie di **azioni materiali ed attività immateriali**: queste ultime prevalgono come peso economico e numero delle iniziative proposte. **Gran parte del budget** è dedicata alla predisposizione di un **apparato tecnologico** atto a fornire servizi innovativi per l'utenza turistica che nella sua sostanza è difficile da classificare rispetto alle citate categorie d'azione.

Il progetto prevede sostanzialmente **cinque tipologie** d'azione:

- attività di gestione del progetto;
- approfondimenti e scambi reciproche esperienze in materia di valorizzazione turistica del territorio;
- azioni innovative ed utilizzo di nuove tecnologie a servizio della valorizzazione turistica del territorio;

- attività promozionali del contesto turistico tradizionale (azioni di tipo più tradizionale);
- formazione degli operatori del settore turistico – commerciale.

**Aspetti rilevanti** della proposta progettuale sono:

- **l'attuazione congiunta** di diverse azioni;
- **Il coinvolgimento dei territori circostanti** i due centri urbani.

# Attività 1 - Coordinamento e gestione del progetto

L'attività, che costituisce la **struttura tecnico/amministrativa dell'intero progetto**, permette l'attuazione delle iniziative previste, permettendo ai partner di dotarsi dei mezzi umani e finanziari necessari per la gestione delle progettualità programmate.

Voce di costo	ITALIA	FRANCIA
Totale [€]	81.056	47.500

## Attività 2 – Azioni preliminari di studio e progettazione

L'attività si compone di una **prima fase** di **analisi** finalizzata ad una migliore conoscenza dei potenziali fruitori delle destinazioni turistiche di Cuneo e Chambéry e che consenta di elaborare una proposta coerente con i bisogni espressi dai differenti pubblici di clienti-turisti . . . . .

## Attività 2 – Azioni preliminari di studio e progettazione

... .. e di una **seconda fase** che identifica l'apparato di gestione marketing per tutta la durata del progetto

Voce di costo		ITALIA	FRANCIA
Totale	[€]	20.000	45.660



## Attività 3 – Applicazione di nuove tecnologie alla promozione turistica

L'attività mira in particolare a realizzare **strumenti** che siano, da un lato, **di utilità immediata per gli operatori del comparto** e, dall'altro, **attraenti per specifici target di utenti** (giovani, turismo d'affari, diversamente abili, .. .)

Voce di costo	ITALIA	FRANCIA
Totale [€]	103.400	91.315

## **Attività 4 – Promozione e comunicazione integrata delle attività**

L'attività prevede la realizzazione di **un insieme di strumenti operativi per la comunicazione interna ed esterna del progetto e delle azioni previste, di strumenti di promozione turistico – commerciale (pacchetti turistici transfrontalieri) e di interscambi tra gli operatori turistico-commerciali di Cuneo e Chambéry.**



## Attività 4 – Promozione e comunicazione integrata delle attività

Gli strumenti informativi e le azioni di promozione del progetto e dei servizi previsti saranno realizzati in maniera condivisa e coordinata a livello transfrontaliero, utilizzando a tal fine una comunicazione bilingue.

Voce di costo	ITALIA	FRANCIA
Totale [€]	65.250	49.100

## Attività 5 – Formazione degli operatori e degli attori di progetto

Le azioni rappresentano un insieme di **strumenti di accompagnamento del percorso progettuale**. Attraverso la formazione il partenariato intende dare la possibilità agli operatori economici di **acquisire nuove conoscenze** per poter sviluppare la propria impresa, in particolare grazie alle applicazioni in campo tecnologico.

## Attività 5 – Formazione degli operatori e degli attori di progetto

Attraverso gli **scambi tra attori istituzionali e operatori**, si intende favorire l'interazione ed il dialogo produttivo tra le due categorie, finalizzato anche ad una **futura prospettiva di progettazione condivisa**.

Voce di costo	ITALIA	FRANCIA
Totale [€]	24.477	22.320

# Il valore aggiunto transfrontaliero

1)

La possibilità per le aree di progetto, **attuando azioni comuni**, di **valutarne gli effetti** in modo congiunto, estendendo quindi il proprio grado di conoscenza ed esperienza in materia di valorizzazione turistica.

2)

La possibilità di **trasferire le rispettive competenze** maturate in materia di valorizzazione turistica, grazie alle iniziative attuate negli anni passati nei due ambiti.



*Grazie dell'attenzione*

*arch. Andrea Marino  
(Tautemi Associati S.r.l.)*

