

Internet e low cost: Come cambia il turismo



Come iscriversi :

La partecipazione al convegno "INTERNET E LOW COST: COME CAMBIA IL TURISMO" è gratuita con iscrizione obbligatoria online sul sito www.liguriapocket.com/convegnolavagna.htm ed è limitata ai primi 150 iscritti.

Segreteria Organizzativa del Convegno

La Riviera dei Sogni Travels

Via Brigate Partigiane, 22

16030 Cavi di Lavagna (Genova)

Tel. +39 0185399828

info@larivieradeisogni.com

PRIMA GIORNATA LAVAGNESE DI INNOVAZIONE NEL TURISMO

Internet e low cost: Come cambia il turismo



CONSULTA PER IL TURISMO DI LAVAGNA
Piazza Ravenna 3/2 - 16033 Lavagna - Genova
Tel. 0185393221 Fax. 0185395265 Cell 3386175745
Email: ascomlavagna@tin.it



Giornate Lavagnesi di innovazione nel turismo



INTERNET E LOW COST: COME CAMBIA IL TURISMO

Sabato 7 giugno
Dalle 9,00 alle 13,30
Sala Rocca
LAVAGNA

Sabato 7 giugno 2008
dalle 9,30 alle 13,30
**INTERNET E LOW COST: COME
CAMBIA IL TURISMO**
Sala Rocca—Lavagna

La **Consulta per il Turismo di Lavagna** in partnership con **La mostra del Tigullio** e il **Comune di Lavagna**, con il patrocinio **REGIONE LIGURIA, PROVINCIA DI GENOVA** ed **STL "Terre di Portofino"** e in collaborazione con **Liguriapocket.com**, organizza la prima edizione della **"GIORNATA LAVAGNESE D' INNOVAZIONE NEL TURISMO"**.

Per aumentare la competitività della propria offerta, le destinazioni turistiche e gli operatori turistici coinvolti devono necessariamente confrontarsi con le nuove tendenze in atto a livello globale.

Due sono i fattori che vengono presi in esame durante la Giornata:

Internet è ormai diventato il primo strumento attraverso cui il turista prende contatto con la probabile meta della sua vacanza: attraverso la testimonianza di esperti impegnati in prima linea nello sviluppo del web marketing turistico il turista cerca tendenze e suggerimenti utilizzando questo nuovo mezzo di promozione.

Le compagnie aeree low cost sono attrici di primaria importanza nella generazione di flussi turistici: politiche di sviluppo e campagne di comarketing per comprendere strategie e potenzialità di questi possibili partners.

Attraverso la presentazione di casi ed esperienze, la Giornata sarà l'occasione per stimolare il confronto tra i manager pubblici e privati con particolare riferimento al marketing della destinazione e alle nuove strategie dell'offerta turistica.

Programma

Coordina l'incontro Paola Valdata , Giornalista

Ore 9,00 registrazione partecipanti

Ore 9,30 Apertura dei Lavori

- **Saluto del Sindaco di Lavagna Giuliano Vaccarezza**

- **Introduzione** dell'Assessore al turismo della provincia di Genova Prof.ssa Anna Maria Dagnino

SESSIONE 1: INTERNET E TURISMO: COME STA CAMBIANDO LA FILIERA TURISTICA

Ore 10,00: Il turista è cambiato ed i metodi di promozione tradizionali risultano inadeguati. Il turista di oggi non è più quello di 20 anni fa. Le destinazioni devono cambiare le loro modalità di promozione adeguandosi ad un cliente che ha completo accesso alle informazioni ed è consapevole della propria centralità.

Intervento di Marzia Meotto e Flavia Fagotto : rispettivamente responsabile Marketing e responsabile promo commercializzazione Business to consumer dell'Agenzia Turismo FVG.

Ore 10,15: Internet si è evoluto, siamo nel web 2.0, quale strategia per chi fa turismo Internet in questi 10 anni si è evoluto passando da web 1.0 a web 2.0, infatti, la rete si è trasformata da un mezzo di comunicazione digitale in una vera e propria rete di persone che conversano, condividono, creano. Video, Blog , Social Network sono una realtà in continua crescita e pongono nuove sfide per chi fa turismo.

Intervento di Sabrina Pesarini: Responsabile Area Web di Turismo FVG.

Ore 10,30: I motori di ricerca lo strumento privilegiato per organizzare e prenotare la vacanza Internet ma soprattutto i motori di ricerca sono il primo canale di accesso alle informazioni turistiche. Oggi gli utenti prima che in agenzia o attraverso qualsiasi altro media organizzano le proprie vacanze sul web e lo strumento principe di queste ricerche sono sicuramente i motori di ricerca . Cosa significa questo per gli operatori turistici?

Intervento di Greta Barsanti Industry Manager – Travel Google Italia

Ore 10,45: Casi di offerta di successo: il modello club di prodotto wellness Hotel . Il modello club di Prodotto può essere uno strumento per creare un prodotto adeguato ad un turista esigente che non cerca più un soggiorno o una località ma un'esperienza.

Nello stesso tempo il club di prodotto diviene anche strumento strategico di sviluppo del territorio.

Intervento di Elisabetta Zanella: Responsabile prodotto a Trentino Spa.

Chiusura sessione da parte del Dott. Arnaldo Monteverde presidente STL terre di Portofino.

SESSIONE 2: LE COMPAGNIE LOW COST: I NUOVI GENERATORI DI DOMANDA

Apertura della sessione a cura della dott.ssa Margherita Bozzano, assessore al turismo della Regione Liguria.

Ore 11,00: Effetto low cost su una destinazione e sul comportamento nel viaggio. Le strategie e le scelte operative delle compagnie low cost rispetto allo sviluppo delle destinazioni turistiche viste dall'operatore low cost numero uno in Europa.

Intervento di Giovanna Gentile, Deputy Marketing Manager Italy (Vice Direttore Marketing Ryanair)

Ore 11,15: Co-marketing fra vettori low cost ed offerta turistica locale: un case history di progetti sviluppati sull'aeroporto di Pisa.

Intervento di Roberto Vegnuti, esperto di turismo e di marketing territoriale. Ha fondato nel 1991 la **Roberto Vegnuti Consulting**, società specializzata che fornisce consulenza, ricerca, assistenza tecnica e progettazione integrata ad imprese, associazioni d'impresa, enti e pubbliche amministrazioni nel campo del turismo, delle attività produttive, del marketing territoriale e dello sviluppo locale.

DOMANDE DEL PUBBLICO AI RELATORI

Ore 12,30 – 13,30 : TAVOLA ROTONDA con Ass. al turismo Regione Liguria prof. Bozzano, Ass. al turismo provincia di Genova Prof.ssa Anna Maria Dagnino, Ass. al turismo Comune di Lavagna Mauro Armanino, Sindaco di Lavagna, Giuliano Vaccarezza, Presidente STL terre di Portofino dott. Monteverde, direttore marketing aeroporto di Genova dott. Paolo Sirigu.