

LAGO
d'ISEO

PRODOTTI TURISTICI &
CO - OPERATION
MARKETING

VISIT LAKE ISEO
TURISMO SUL LAGO

FARE
SQUADRA
PER UNA
DESTINAZIONE
VINCENTE



PRODOTTI TURISTICI & WEBINAR 6 APRILE ore 15:00 CO-OPERATION MARKETING

Per affrontare il restart turistico sul Lago d'Iseo & Franciacorta, servono prodotti turistici adeguati alle nuove sfide e criticità del periodo.

- **Outdoor Active Community**
- **Gestione della destinazione, dalla strategia all'operatività**
- **Sistema di Co-Operation Marketing**
- **Verso un turismo consapevole: Ambientale, Sociale ed Economico**
- **Tavola rotonda**

Conduce: **Antonio Cadei** - *Responsabile Comunicazione e Marketing digitale VISIT LAKE ISEO*

TENDENZE DEL 'NUOVO VIAGGIATORE'

(post Covid-19)

Turismo lento

all'aria aperta, turismo dei cammini e bike tourism

Turismo esperienziale

ricerca di attività sempre più originali, con contatti sociali e con i local

Turismo consapevole

nel rispetto dell'ambiente (attento alla sostenibilità)

Turismo enogastronomico

alla ricerca delle unicità e della tradizione luogo

Turismo well being

alla ricerca dello star bene

Turismo della disconnessione

digital detox

Turismo del nuovo "luxury"

location particolari, esperienze uniche

Turismo dell'anima

spirituale

Turismo fotografico

alla ricerca di esperienze, panorami e tramonti

Turismo e Smart Working

'Staycation' / Nomadi digitali

Adeguarsi al Post Covid

- Evolvere il modello di destinazione

L'attenzione si sposterà

DAL COSA
(LUOGO,
DESTINAZIONE)

*'Il dove non sarà
più l'elemento
prioritario di
scelta'*

AL PERCHÈ
(BENEFICI
CUSTOMER CENTRICO)

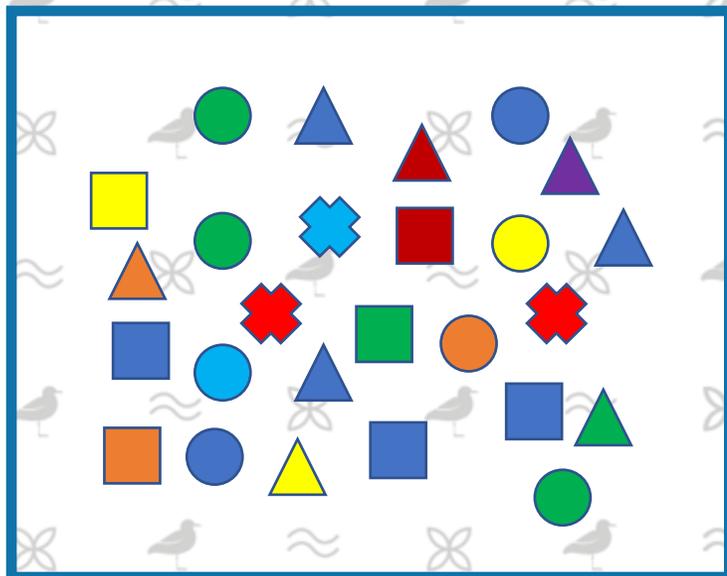
*'Il turista non vuole fare il turista',
ma cerca esperienze uniche e indimenticabili*



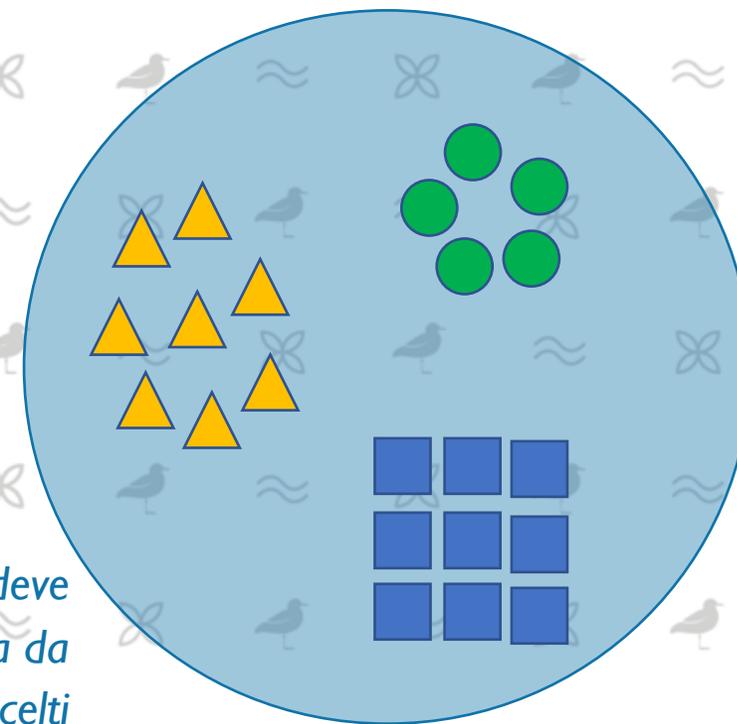
Adeguarsi al Post Covid

- Evolvere il modello di destinazione

DAL CONTENITORE (COSA)



La Destinazione non può limitarsi ad essere solo un aggregatore di esperienze variegate



La Destinazione deve essere caratterizzata da 'prodotti forti' scelti con strategia.

I nuovi prodotti turistici devono generare sinergia e investimenti pubblici e privati

ALLA RETE DI PRODOTTO (PERCHÈ)

Cambia la modalità di attrazione

- Evolvere il modello di destinazione

**DALLA PROMOZIONE DI
DESTINAZIONE**



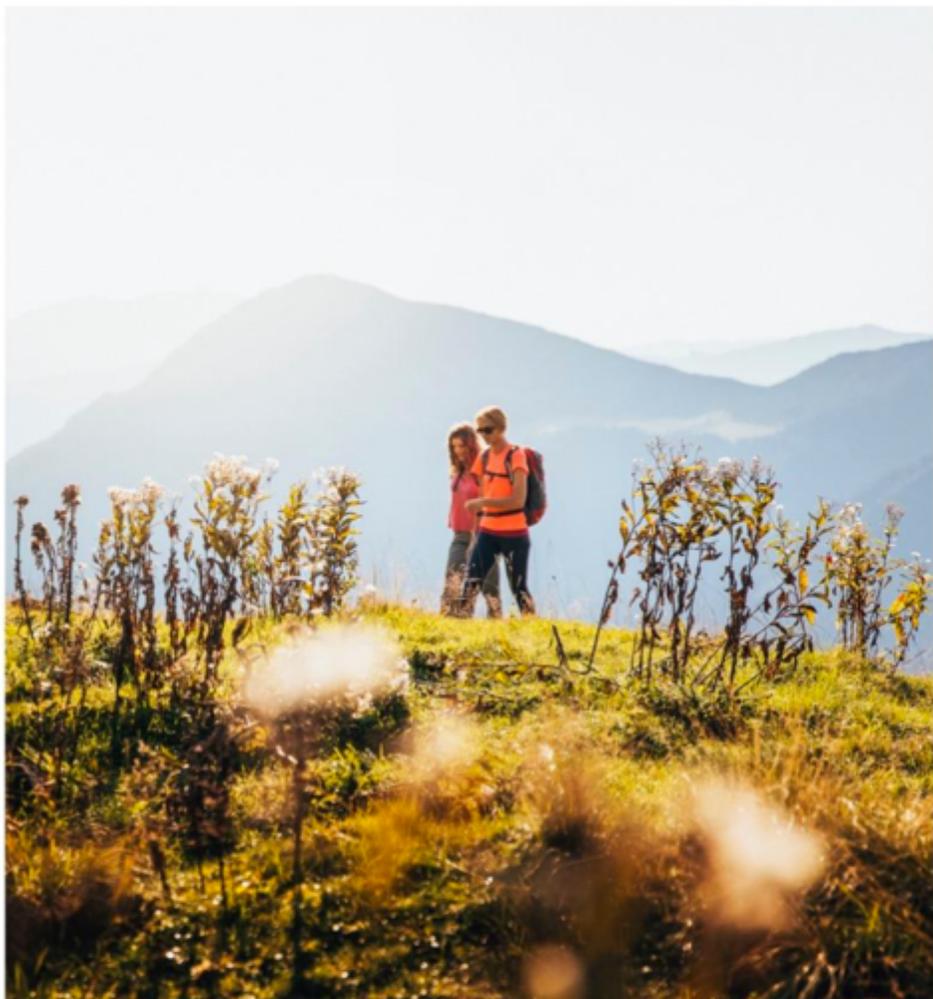
**ALLA COMUNICAZIONE
DEL VALORE**

La Nuova Zelanda lancia la campagna "Do Something New", con la quale invita le persone in visita nel paese a smettere di viaggiare "sotto l'influenza dei social a favore di nuovi posti e di idee più originali.

<https://youtu.be/Trs-isdu4eE>



L'OBIETTIVO



Promuovere il Trentino con una campagna contestualizzata alla fase 2.

In seguito all'emergenza, **i bisogni delle persone sono cambiati.**

È importante che i messaggi di comunicazione del Trentino **si adattino** per rispondere a queste **nuove priorità.**

Ci rivolgiamo principalmente al mercato domestico ed ai mercati di prossimità (Germania, Austria, Svizzera, Olanda).

Messaggi chiari, non generici e **attenti ai bisogni di target specifici**

ai genitori

ai bikers

ai surfers

Cattura gli ultimi raggi di sole

Traccia il tuo itinerario e parti

Assapora l'adrenalina di nuove esperienze

Segui il ritmo della natura

Respira

La brezza ti culla

Scopri di più

Circondati di bellezza

Scopri di più

Il vento ti guiderà

Scopri di più

Metti lo zaino in spalla

Scopri di più

Sei a

vato. Scopri di più

Inspirazione al beneficio personale



attenti a ISPIRARE nuove esperienze "UNICHE"



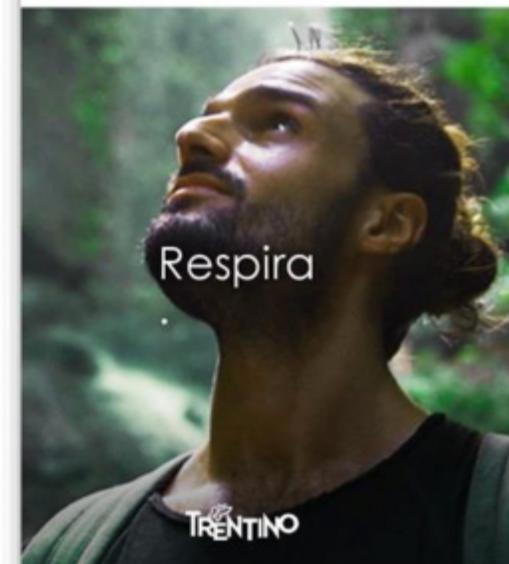
Scopri di più



Scopri di più



Scopri di più



Scopri di più

*Soggettivizzare e creare empatia
anche nella normalità*



Scopri di più



Scopri di



Scopri di più



Scopri di più





ESPERIENZE IN FRANCIACORTA E LAGO D'ISEO

ENJOY YOUR BEST EXPERIENCE IN A FASCINATING ATMOSPHERE



La selezione delle migliori esperienze: professionalità e qualità garantite

Non perdere tempo, scopri le sul nostro sito www.visitlakeiseo.info



Vedi tutte



Food and Wine



Noleggi



Shopping



Spettacoli



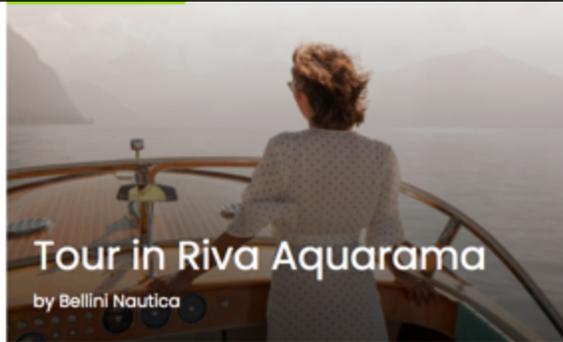
Tour e Avventura



Wedding



Wellness e SPA



Tour in Riva Aquarama
by Bellini Nautica



Due giorni in Franciacorta
by Italy Destination By Paltours



Un giorno tra Franciacorta e Montisola – autonomo
by Italy Destination By Paltours

da 260€



Un giorno tra Franciacorta e Montisola – con minivan privato da Milano
by Italy Destination By Paltours

da 75€



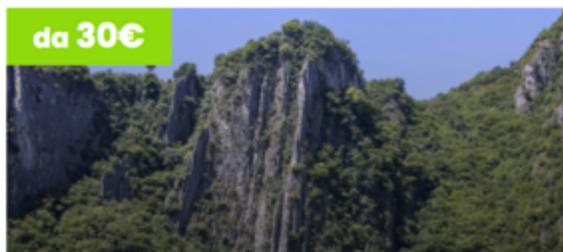
Noleggio motoscafo
by Global Nautic

da 165€



Il tuo autista sul lago
by Pegaso's

da 30€



da 220€



da 10€





AVVENTURA IN VELIERO

Una barca a vela dal sapore retrò sarà il vostro mezzo privilegiato per un giorno. Lo skipper ti coinvolgerà nella conduzione della barca, mostrandoti trucchi e tecniche di navigazione.



ADVENTURE IN VELIERO

A retro-style sailboat will be your preferred vehicle for a day. The skipper will involve you in the management of the boat, showing tricks and navigation techniques.

SAILING ISEOLAKE - +39 349 5514500

www.sailingiseolake.it

DA / FROM € 350

VISITLAKEISEO | [INFO](#)

IN VOLO SUL LAGO

Vivi un'emozionante esperienza di pilotaggio a doppi comandi con Sportaction scuola di volo Vittoria Alata (cert. AeCI n° 234)

Piloti per un giorno o piloti per sempre?

FLYING OVER THE LAKE

Enjoy a thrilling dual control flying experience with Sportaction Winged Victory flight school (cert AeCI No.234)

Pilots for a day or pilots forever?

SPORTACTION – +39 392 2468660

www.sportaction.it

DA / FROM € 80

VISITLAKEISEO | [INFO](#)



YOGA SUP

Questa nuova tecnica di meditazione, praticata su una tavola da surf in mezzo al lago, unisce gli effetti benefici dello yoga con quelli dell'acqua, favorendo la calma interiore.

YOGA SUP

This new meditation technique, practiced on a surfboard in the middle of the lake, combines the beneficial effects of yoga with those of water, favouring inner calm.

SPORTACTION - +39 340 9843097 www.sportaction.it

DA / FROM € 25

VISITLAKEISEO | [INFO](#)

TOUR IN BICICLETTA

Per gli amanti delle due ruote, un bellissimo itinerario adatto a tutti lungo la Strada del Franciacorta, tra borghi e vigneti con sosta in cantina per visita e degustazione del rinomato vino.

FRANCIACORTA BIKE TOUR

Two wheels lovers can enjoy a beautiful itinerary among villages and vineyards along the Franciacorta Wine Route, suitable for everyone. Stop in a cellar for a visit and tasting of the renowned wine.

ISEO BIKE - + 39 340 3962095

www.iseobike.com

DA / FROM € 40

VISITLAKEISEO | [INFO](#)





CROCIERA IN VELA

Indimenticabile veleggiata sul lago con istruttore, durante la quale potrai provare l'emozione di timonare, regolare le vele, imparare i nodi marinareschi o semplicemente rilassarti al sole e fare un tuffo nel lago.

SAILING CRUISE

Unforgettable sailing on the lake with an instructor, during which you can experience the thrill of steering, adjusting the sails, learning the sea knots or simply relax in the sun and take a dip in the lake.

SPORTACTION - +39 340 9843097

www.sportaction.it

DA / FROM € 120

VISITLAKEISEO | [INFO](#)



DA / FROM € 60

VISITLAKEISEO | [INFO](#)

VELEGGIATA NOTTURNA

Emozionante uscita notturna in barca a vela alla scoperta degli "orridi". Nell'incantevole baia, si degusteranno prodotti del territorio accompagnati da buon vino, in un'atmosfera davvero unica.

NIGHT SAILING

Exciting night out on a sailing boat to discover the "gorges". In the enchanting bay, one can taste local products accompanied by good wine, in a truly unique atmosphere.

SPORTACTION - +39 340 9843097

www.sportaction.it

GIRO DELLE TRE ISOLE

Tour in battello alla scoperta delle isole di S. Paolo, Monte Isola e Loreto. Un'occasione imperdibile per conoscere panorami, angoli caratteristici e antiche ville dal lago.

TOUR OF THE THREE ISLANDS

Boat tour to discover the islands of S. Paolo, Monte Isola and Loreto. An unmissable opportunity to get to know the views, characteristic corners and ancient villas from the lake.

BARCAIOLI MONTEISOLA - +39 329 9743020

www.barcaiolimonteisola.it

DA / FROM € 12

VISITLAKEISEO | [INFO](#)



DA / FROM € 75

VISITLAKEISEO | [INFO](#)

LEZIONI DI CUCINA

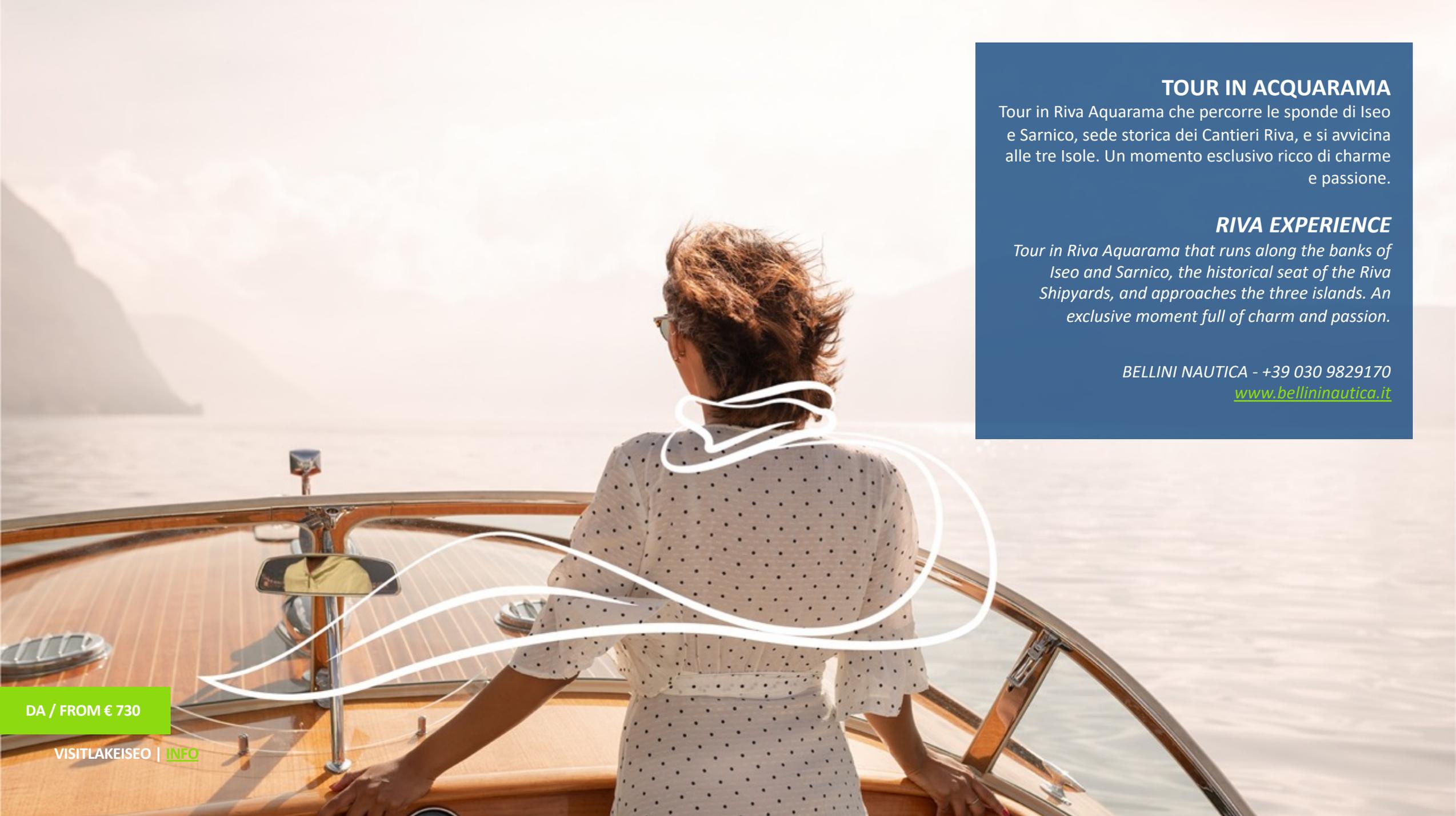
Corsi di cucina tradizionale presso trattorie storiche e aziende vinicole. Scopri il piacere di preparare i piatti con le tue mani per poi gustarli insieme a tavola con un buon calice di vino.

COOKING CLASS

Traditional cooking courses at historic trattorias and wineries. Discover the pleasure of preparing the dishes with your hands and then enjoy sitting together with a good glass of wine.

FRANCIACORTA GUIDE - +39 338 8949483

www.franciacortaguide.it



TOUR IN ACQUARAMA

Tour in Riva Aquarama che percorre le sponde di Iseo e Sarnico, sede storica dei Cantieri Riva, e si avvicina alle tre Isole. Un momento esclusivo ricco di charme e passione.

RIVA EXPERIENCE

Tour in Riva Aquarama that runs along the banks of Iseo and Sarnico, the historical seat of the Riva Shipyards, and approaches the three islands. An exclusive moment full of charm and passion.

BELLINI NAUTICA - +39 030 9829170

www.bellininautica.it

DA / FROM € 730

VISITLAKEISEO | [INFO](#)



SPOSARSI SUL LAGO

Lago d'Iseo, la scelta romantica. Contesti insoliti e raffinati in ville, palazzi, aziende vinicole, hotel di charme, per godere appieno dell'incantevole atmosfera del territorio.

GET MARRIED ON THE LAKE

Lake Iseo, the romantic choice. Unusual and refined contexts in villas, buildings, wineries, charming hotels, to fully enjoy the enchanting atmosphere of the territory.

[SCORPI DI PIÙ - MORE](#)

SCOPRI

VISITLAKEISEO | [INFO](#)

Posizionamento e reputazione del Brand

Un brand non è la sua immagine coordinata, ma:



siamo tutti noi!

Ogni Stakeholder si deve sentire chiamato a contribuire
alla destinazione – DAL BRAND ALLA COMMUNITY

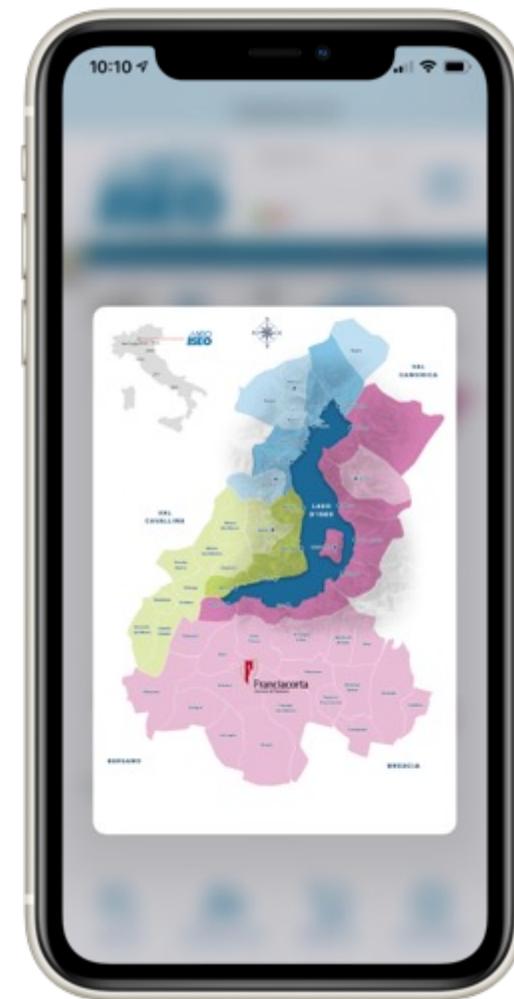
Lavorare insieme per una destinazione vincente

Serve maggior **consapevolezza:**

ciascun operatore è **'comunicatore'** della destinazione e dell'esperienza lago d'Isèo

Sviluppiamo Soft power:

la capacità di una destinazione di raccontarsi con le piccole/grandi azioni di ognuno e secondo le diverse modalità possibili



Seguire il turista per tutta la 'customer journey'

Costruire contenuti per ogni fase del 'percorso del cliente':

1. Ispirazione e sogno
2. Informazioni
3. Esperienze in destinazione
4. Engagement e relazione
5. Stimolo alle recensioni



1. Ispirazione e sogno

(ricerca)

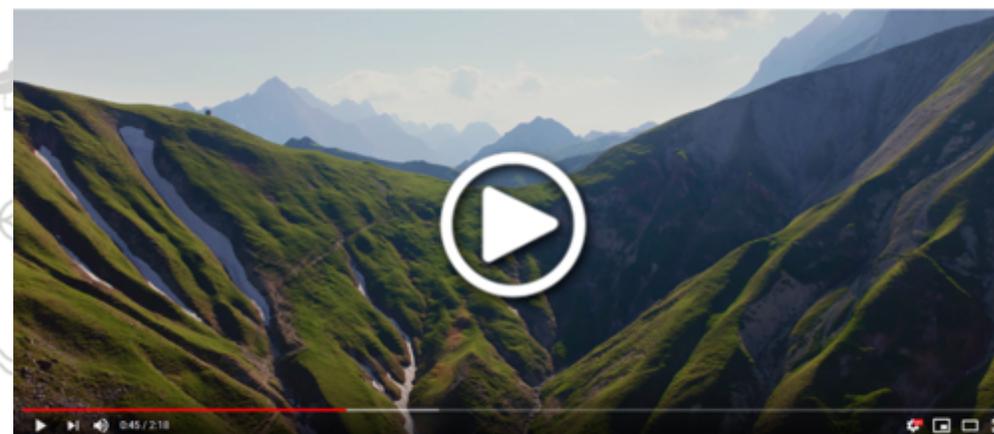
- Adattare i contenuti per il mercato di prossimità
- indagare le nuove motivazioni e desideri del turista
- Saper comunicare tutte le garanzie
- Infondere confidenza e fiducia

OLYMPIAREGION
Seefeld

Tirol

SENTIMENTI VERAMENTE BUONI NONOSTANTE CORONA

- Condizioni di cancellazione flessibili
- Opzioni di test semplici direttamente a Seefeld
- Miglior assistenza sanitaria grazie a cinque medici residenti, tre farmacie e tre ospedali nelle immediate vicinanze
- Situato direttamente dietro il confine tedesco
- Concetti di igiene completi in tutti gli alloggi e nel settore della ristorazione
- Una media di un massimo di tre campi da calcio per ogni persona nella regione



LARGHEZZA, LIBERTÀ E NATURA

Nell'Olympiaregion Seefeld in Tirol, il primo indirizzo dietro il confine, vi aspettano natura incontaminata, spazio infinito e pura rigenerazione. Dopo un tempo lungo e impegnativo, la migliore medicina per l'anima!

SEEFELD | LEUTASCH | MÖSERN | REITH | SCHARNITZ

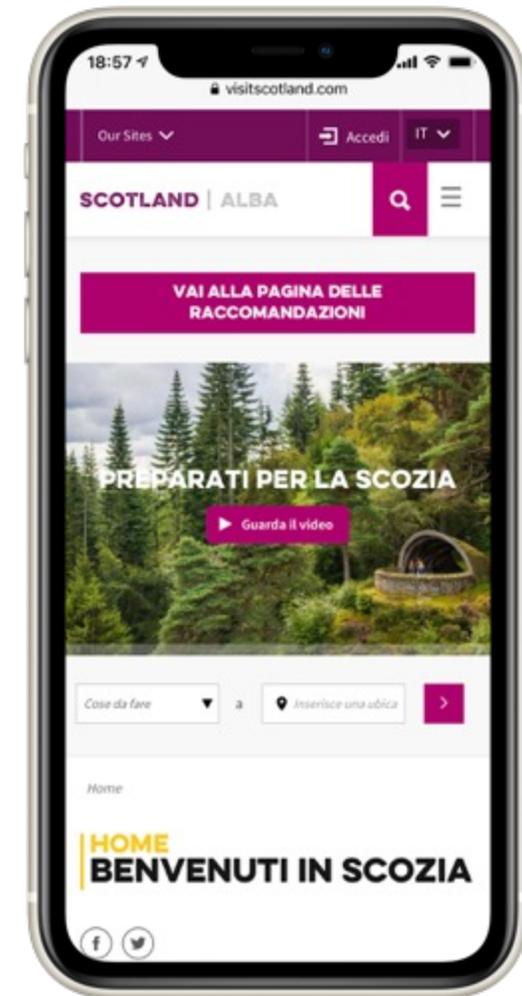
2. Informazioni

(Scelta e prenotazione)

Migliorare l'esperienza del turista prima di raggiungere la destinazione

- Comunicare esperienze e attività
- Definire e comunicare le proposte esperienziali per cui la destinazione è vocata
- Metterci la faccia
(come me, ogni giorno)

<https://youtu.be/DvMVjecLJ8w>



3. Esperienze

Cosa suggerire:

- Cosa fare in una giornata, due giornate, tre giornate ?
(come me, ogni giorno)
- Esperienze in base a scelte soggettive dell'ospite
- Come ottenere il massimo dall'esperienza scelta
(tempo a disposizione come elemento più prezioso del prezzo)



4. Engagement e relazione

- Stimolare la condivisione di esperienze di Benessere
- Comunicare le unicità della destinazione
- Conversare in merito alla 'value proposition' (quali sono i valori che puoi esprimere?)
- Consigliare come soddisfare i propri bisogni in destinazione



5. Stimolo alla recensione

e conversare con i clienti anche online

- Essere presenti in modo proattivo sui Social, Google, Tripadvisor etc. *(fare 'customer care')*
- Rispondere alle recensioni, alle critiche e ai post
- Incentivare le recensioni post Covid *(cercare quelle positive dai clienti soddisfatti)*



• Come collaborare: esperienze - servizi - marketing

- **Visibilità** per tutte le attività turistiche sul **PORTALE UNICO** di destinazione: **www.visitlakeiseo.info**
- Catalogo delle esperienze di destinazione e **BLOG**
- Servizio **Booking on-line** esperienze / eventi
- Attività **CO-OPERATION**



LAGO d'ISEO the romantic choice

Eventi

Vivi il lago

Ospitalità

Località

Info

Blog

Virtual Tour

Esperienze

STRADA DEL VINO Franciacorta

Search ...

IT



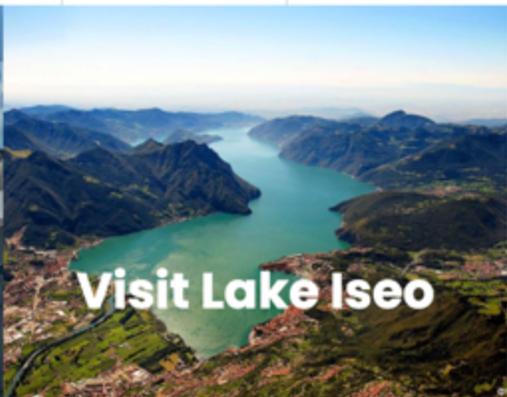
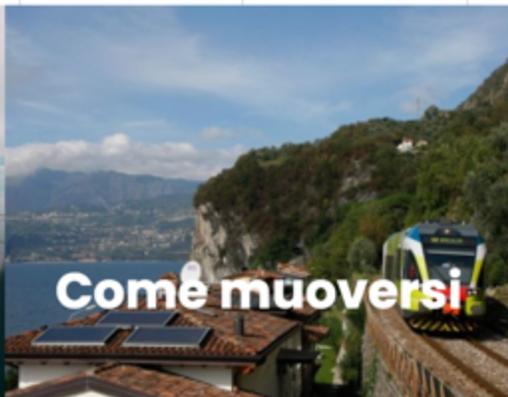
- Trekking e passeggiate
- Bicicletta e Mountain Bike
- Sport d'acqua
- Parchi, riserve naturali e grotte
- Canyoning
- Arrampicata
- Vie ferrate
- Parapendio e deltaplano
- Guide e istruttori
- Noleggio attrezzature sportive
- Impianti sportivi

- Chiese e luoghi religiosi
- Edifici storici
- Nuclei storici
- Itinerari culturali
- Siti archeologici
- Musei e collezioni
- The Floating Piers
- Guide turistiche abilitate
- Mappa storica del lago d'Iseo
- Arte rupestre di Valle Camonica

- Dove mangiare
- Prodotti tipici e degustazioni
- Ricette
- Cantine di Franciacorta
- Cantine di Valcalepio

- Parchi e attività per bambini
- Tour in barca
- Treni turistici
- Mercati e shopping
- Spagge e lidi
- Corsi e Workshop
- Benessere relax
- Servizi di Ormeaggio e assistenza nautica
- Sposarsi sul Lago d'Iseo
- Maneggi e circoli ippici
- Aree pic-nic e barbecue

- Noleggio attrezzature sportive
- Noleggio automobili
- Noleggio imbarcazioni
- Noleggio moto



<p>Aereo</p> <p>Raggiungere il Lago d'Iseo in</p> <p>Autobus GT</p> <p>Automobile</p> <p>Taxi e NCC</p> <p>Treno</p>	<p>Muoversi con Autobus di linea</p> <p>Muoversi in treno</p> <p>Muoversi con Taxi e NCC</p> <p>Servizi di Navigazione</p>	<p>Cartine turistiche</p> <p>Guide cartacee</p> <p>Wi-fi e Internet Point</p> <p>Webcam</p> <p>Balneazione</p> <p>Orari battelli e navigazione Lago d'Iseo</p> <p>Info viabilità</p> <p>Numeri utili</p> <p>Regole per navigazione e natanti</p> <p>Servizi Sanitari</p> <p>Ricarica auto elettriche</p>	<p>Infopoint Iseo</p> <p>Infopoint Lovere</p> <p>Infopoint Sarnico</p> <p>Infopoint Monte Isola</p> <p>Infopoint Sulzano</p> <p>Infopoint Pisogne</p> <p>Infopoint Marone</p> <p>Infopoint Paratico</p> <p>Infopoint Sale Marasino</p> <p>Pro Loco</p>	<p>Chi siamo</p> <p>Contatti</p> <p>Dove operiamo</p> <p>Bacheca</p> <p>Area Stampa</p> <p>Immagine coordinata</p>
--	--	--	--	--

2018

PAGINE VISUALIZZATE = 2 MIL

UTENTI UNICI = 456.957

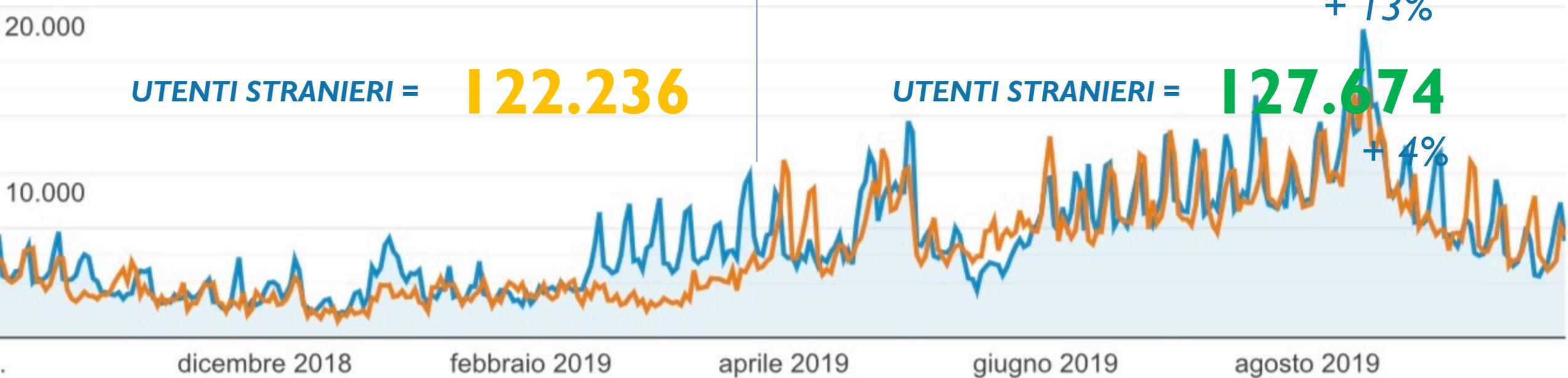
UTENTI STRANIERI = 122.236

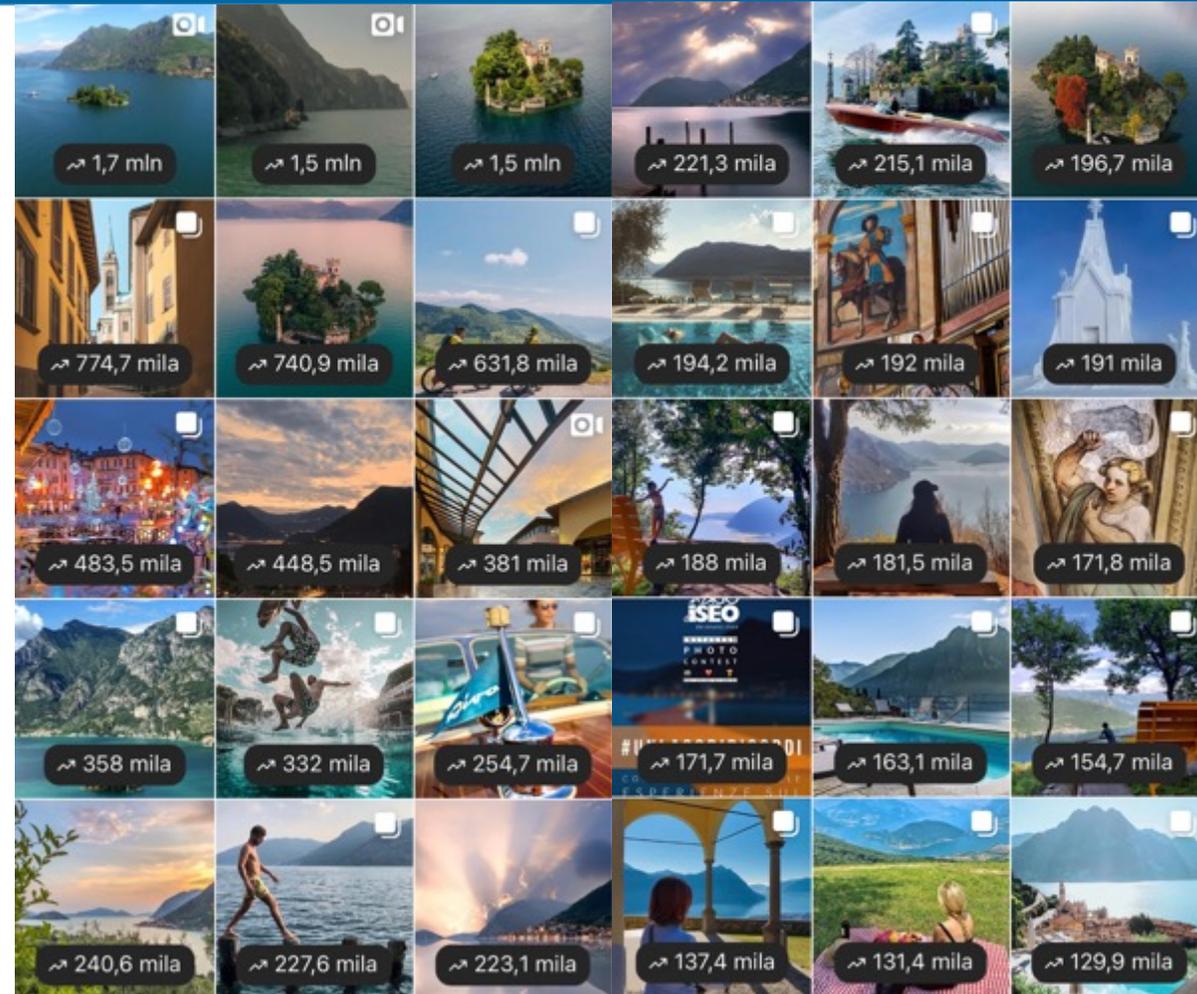
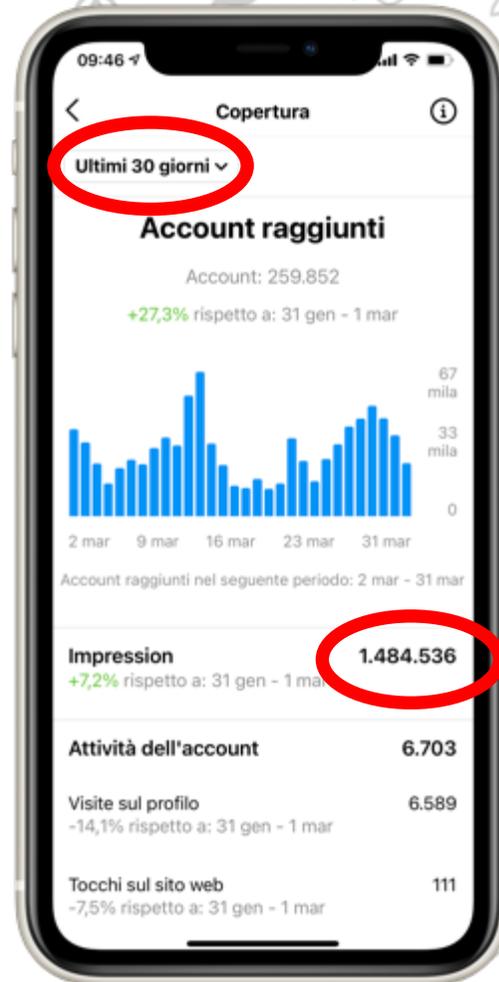
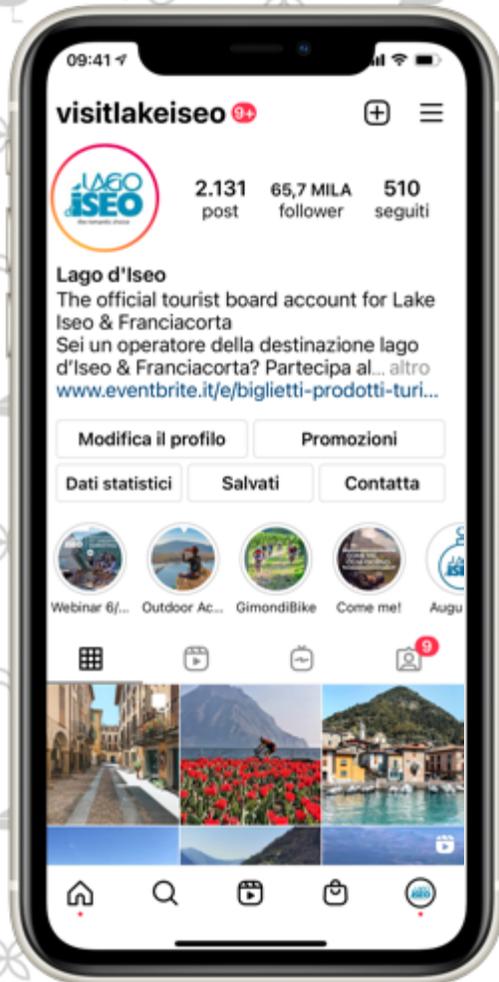
2019

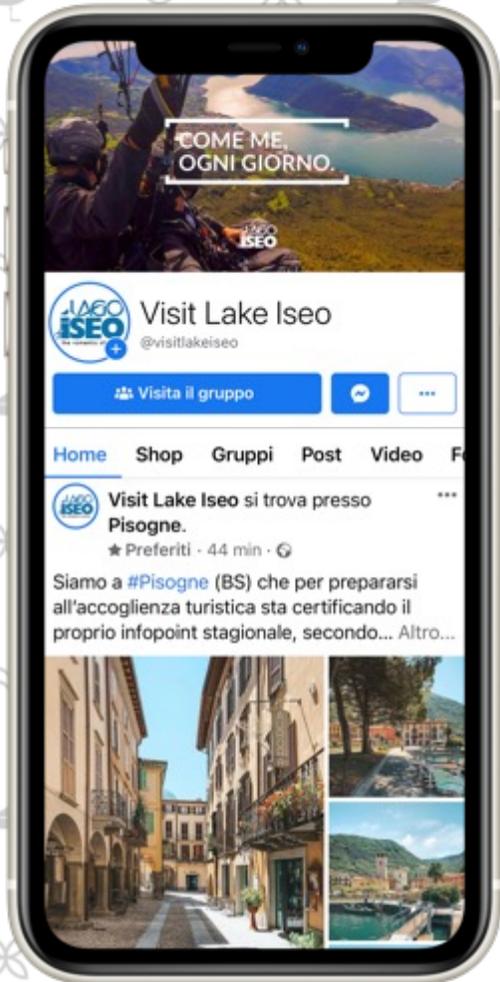
PAGINE VISUALIZZATE = 2,2 MIL
+ 10%

UTENTI UNICI = 525.856
+ 13%

UTENTI STRANIERI = 127.674
+ 4%







Pagina	Numero totale di	Dalla settimana	Post di questa settimana	Interazioni di questa settimana
1 Italia.it	518,1K	▲0,2%	12	65K
2 inLOMBARDIA	237,6K	▲0,1%	8	3,9K
3 Visit Bergamo	218,5K	0%	11	2,5K
4 Franciacorta	108,5K	▲0,1%	4	8,9K
5 Visit Brescia - Bresciato...	98,6K	▲0,2%	16	22,5K
6 YesMilano	72,3K	0%	0	266
7 Valtellina	56,2K	▲0,1%	5	4,6K
8 ValSeriana e Val di Scalve	29,5K	▲0,5%	10	9,1K
Tu 9 Visit Lake Iseo	26,5K	▲0,7%	12	52,1K

Rimani al passo con le Pagine che tieni sotto controllo. [Ottieni più "Mi piace"](#)

Aggiornamento: adesso

Campagne VisitLakelseo (2112856702268053)

Elimina le bozze Controlla e pubblica (5)

Cerca e filtra 1 gen 2020 - 31 dic 2020

Centro risorse Campagne Gruppi di inserzioni Inserzioni

+ Crea Duplica Modifica Altro Visualizza configurazione Colonne: Personalizzate Dettagli

	Nome della campagna	Copertura	Impression ↑	Clic sul link	Importo speso
<input type="checkbox"/>	OUT IG OUTDOOR #allagiusta...	759.679	1.485.079	4055	€ 400,00
<input type="checkbox"/>	IT inLOMBARDIA come me og...	1.134.337	1.994.165	1238	€ 499,66
<input type="checkbox"/>	IT inLOMBARDIA come me og...	1.495.279	2.611.230	1258	€ 1000,00
<input type="checkbox"/>	FB-IG Copertura video	2.591.744	8.876.677	5954	€ 2000,00
>	Risultati di 198 campagne Esclude gli elementi eliminati	7.825.429 Persone	31.750.567 totali	98.738 totali	€ 14.097,69 Spesa totale

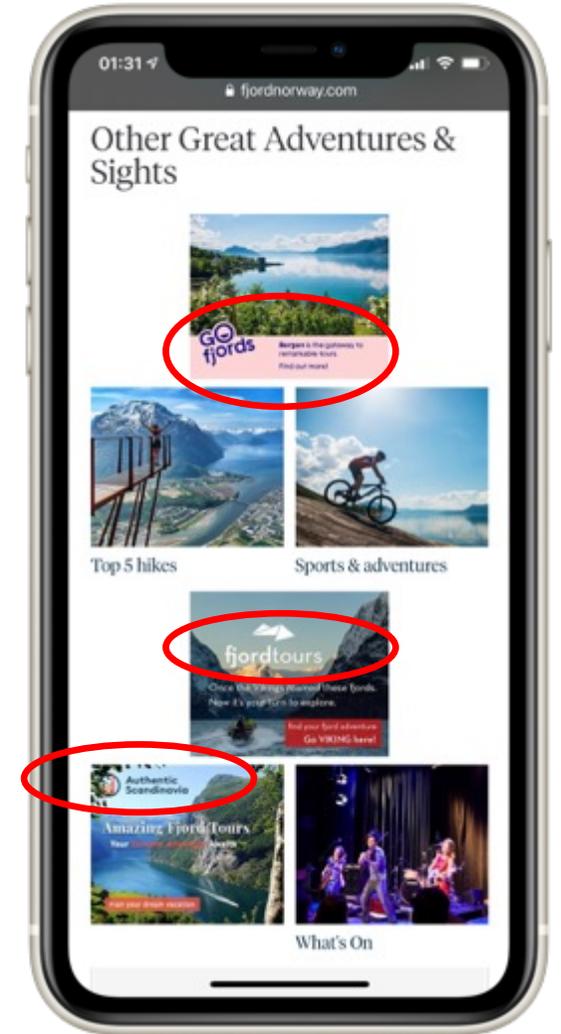
AGGIUNGERE ALTRI 14 MIL DI UTENTI UNICI E 24 MIL DI IMPRESSIONI
in distribuzione organica

CO-OPERATION MARKETING

La pandemia COVID-19 ha avuto un impatto enorme sui viaggi e sul turismo. Questo programma consente la collaborazione su campagne di marketing digitale tra le DMO, gli hotel e le attrazioni, per supportare insieme la ripresa del mercato.



Linn Totland, Responsabile del marketing B2C, Fjord Norway, ha dichiarato: "In qualità di DMO, abbiamo cercato una soluzione che ci rendesse meglio attrezzati per misurare l'impatto diretto del marketing di destinazione per le attività turistiche nella nostra regione. Il programma **Co-operation Marketing** è sicuramente un enorme passo nella giusta direzione per il nostro settore in termini di collaborazioni efficaci tra DMO e i nostri partner (hotel, attrazioni, esperienze) con gestione e misurazione dei dati".



CO-OPERATION MARKETING

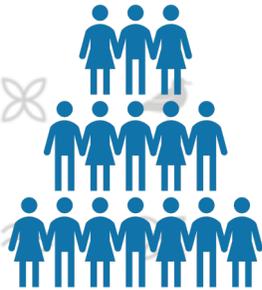


Esempi di Advertising

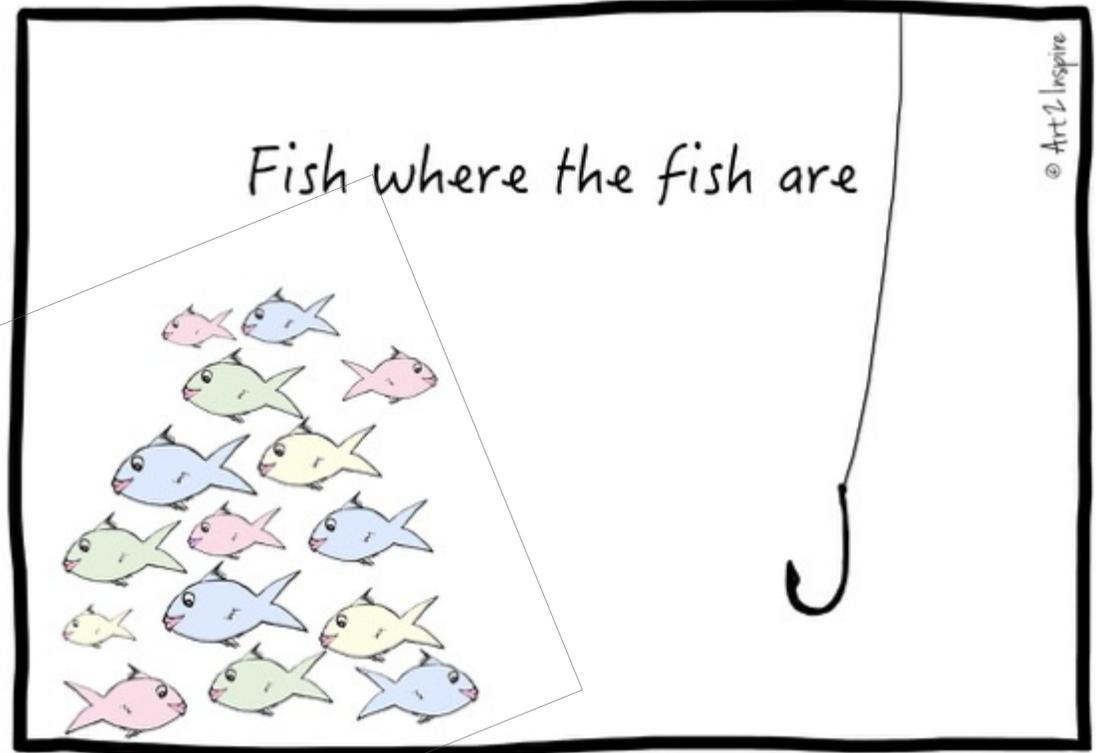
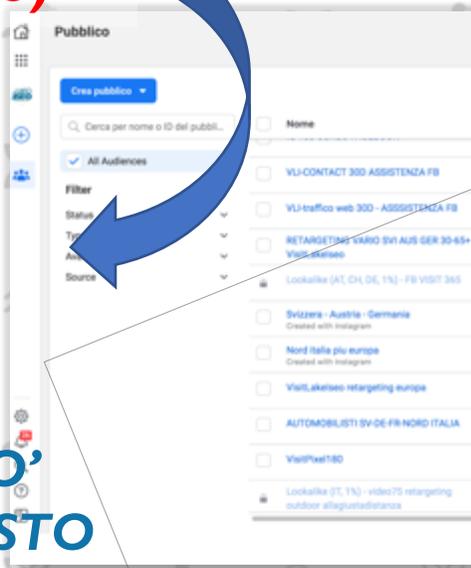


CO-OPERATION MARKETING

RE-TARGETING
(segmentato e dinamico)



**CHI CI CONOSCE
E' UN PUBBLICO 'CALDO'
PREDISPOSTO ALL'ACQUISTO**



ADVERTISING

Una destinazione è un ecosistema

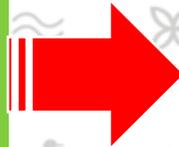
Contenuti: Josep Ejarque



- **Gestione di una visione turistica condivisa e collaborativa**
- **Superamento delle logiche di competizione interna**
- **Coinvolgimento e partecipazione dell'intero ecosistema di destinazione**

PASSARE DALL'OFFERTA DI RISORSE

(lago, montagna, borghi, natura etc...)



ALLA PROPOSTA DELL'ESPERIENZA IDENTITARIA DEL LAGO D'ISEO

Parole chiave per la strategia e azioni



- **Innovazione e sviluppo**
- **Miglioramento e cambiamento continuativo**
- **Coinvolgimento, collaborazione e condivisione**
- **Governance proattiva**
- **Promozione e accoglienza**
- **Innalzamento della qualità**

dalla strategia all'operatività

DESTINATION MANAGEMENT <ul style="list-style-type: none">•Sostenibilità•Gestione integrata della destinazione•Accoglienza•Informazione	Gestione della destinazione	<ul style="list-style-type: none">•Gestione dei flussi turistici•Gestione della qualità<ul style="list-style-type: none">•Mobilità interna•Segnaletica turistica<ul style="list-style-type: none">•Accessibilità•Formazione
GOVERNANCE <ul style="list-style-type: none">•Vision•Mission	Leadership della destinazione	<ul style="list-style-type: none">•Creazione e gestione del prodotto turistico•Creazione e gestione delle esperienze turistiche<ul style="list-style-type: none">•Strutturazione del sistema destinazione•Creazione di rete di collaborazione pubblico-privato
DESTINATION MARKETING <ul style="list-style-type: none">•Posizionamento•Comunicazione•Promozione•Immagine•Branding•Promo-commercializzazione	Marketing della destinazione	<ul style="list-style-type: none">•Comunicazione della destinazione<ul style="list-style-type: none">•Marketing e promozione<ul style="list-style-type: none">•Marketing tradizionale•Digital marketing•Social Media Marketing•Gestione della reputazione della destinazione

Modello di gestione

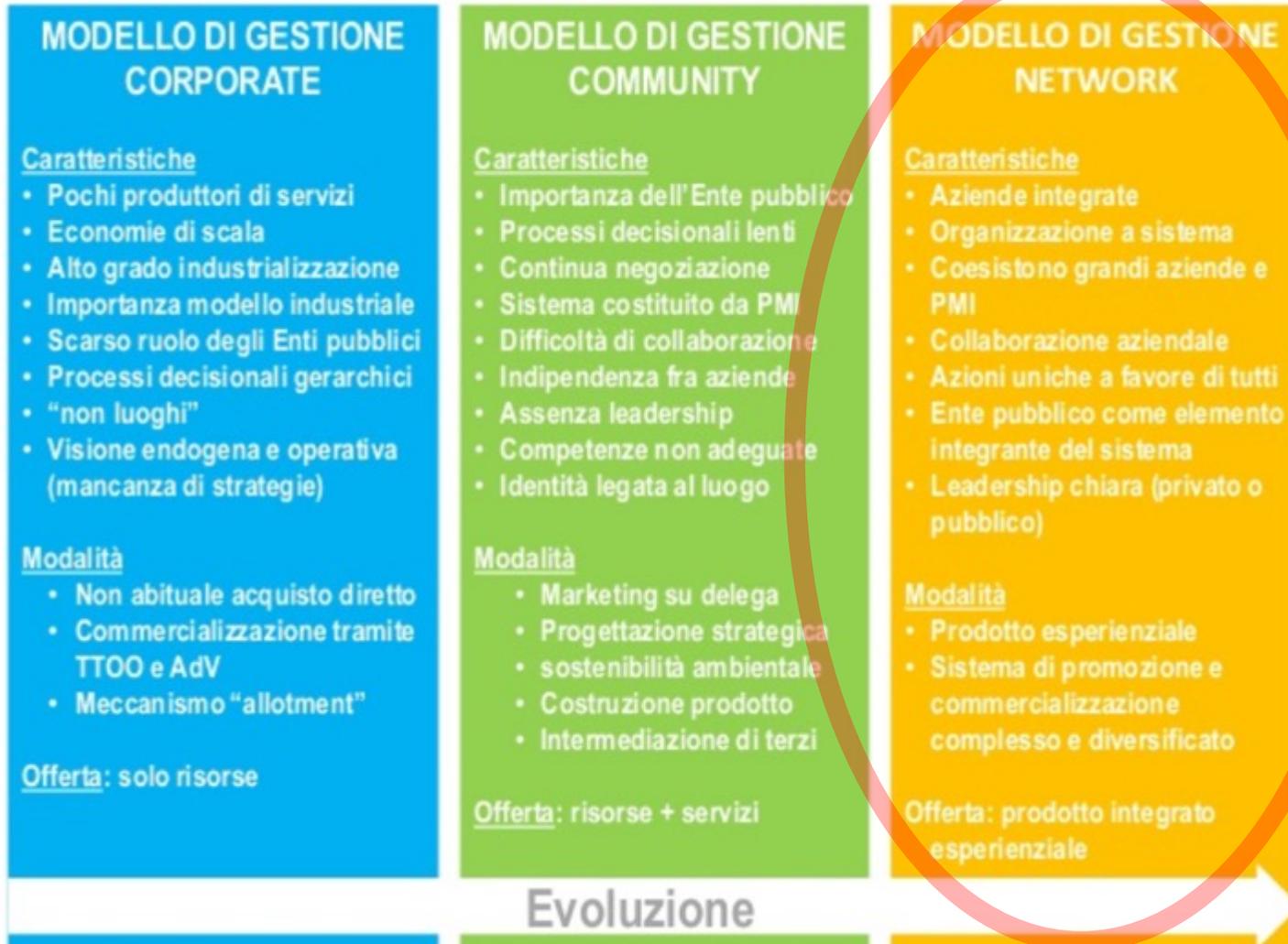
Creare nuovi tipi di relazioni con i turisti, il settore turistico, gli operatori locali e i partners fondate sulla

- ✓ Trasparenza
- ✓ Collaborazione
- ✓ Crescita del valore della destinazione



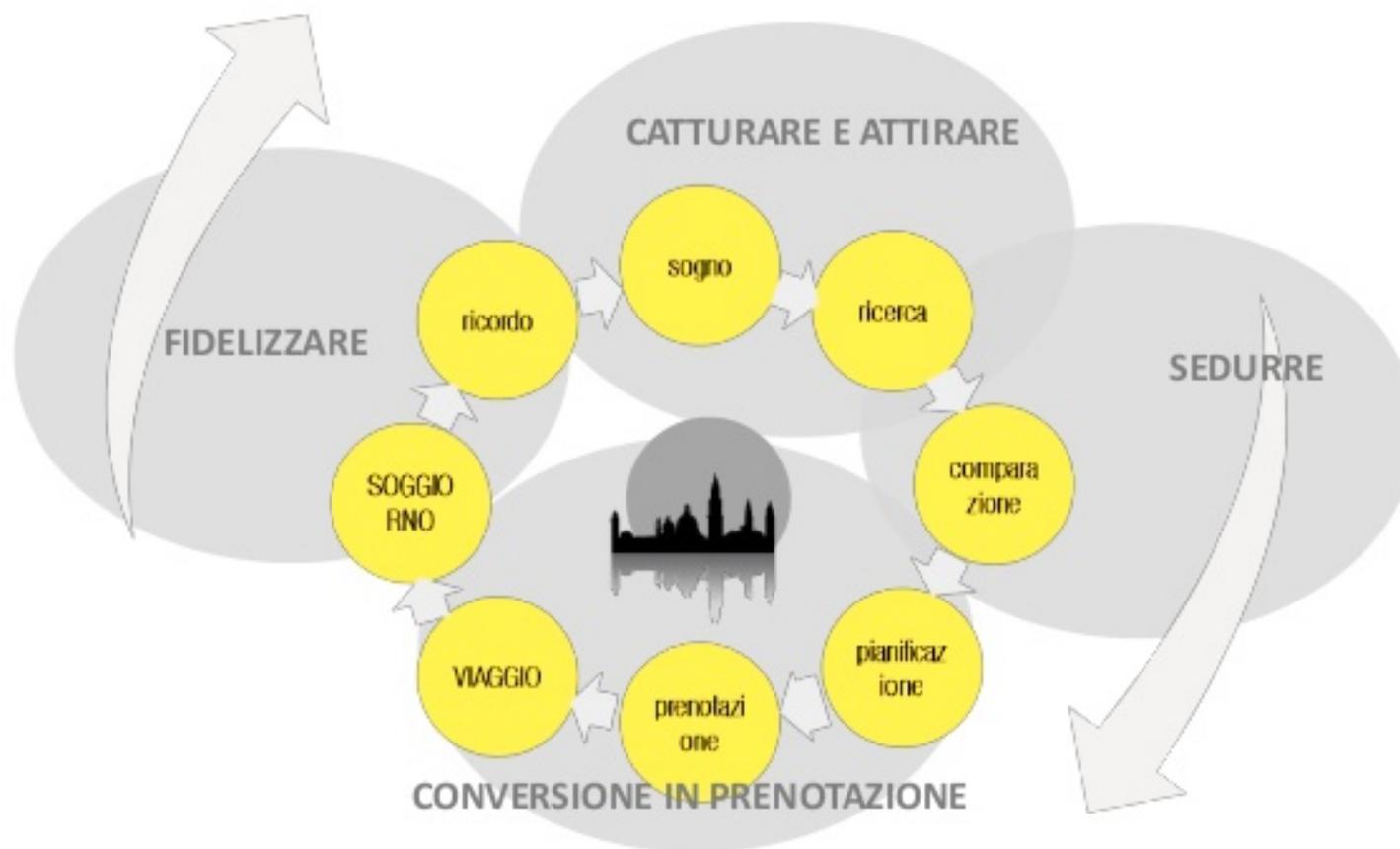
Una destinazione non è più un brand o un prodotto, ma una **COMMUNITY**: un network che opera dentro un sistema economico e sociale allargato

Modello di gestione Network



- Evidenziare il DNA della destinazione
- Costruire e proteggere la brand reputation
- Costruire relazioni per commercializzare l'offerta di destinazione
- Segmentazione e personalizzazione dei pubblici target

Finalità e sistema marketing



- **Comunicare le esperienze**
- **Metterci la faccia**
- **dal Broadcast all'engagement**
- **Sviluppare esperienze memorabili**
- **Focus nel turista**
- **I turisti sono i nostri prosumer**
- **I cittadini devono diventare i nostri promotori e sostenitori**
- **Focus nel mobile e social media**
- **Inbound marketing**
- **Conversare e non comunicare**
- **ADVERTISING digitale**

CO-OPERATION MARKETING

Visibilità e servizi digital per tutti

bit.ly/visitlakeiseo2021

L'ECOSISTEMA DIGITALE

PROMOZIONE SPONSOR

- 1. **PLATINUM**: for best performance in engagement in homepage + blog + social post + trasmissione su GUSTO! € 5.000
- 2. **GOLD**: best performance in engagement in homepage + blog + social post € 2.000
- 3. **SILVER**: best performance in engagement in homepage + social post € 1.000

PROMOZIONE SOCIAL MEDIA

- 1. Social post + amplificazione con 40 stories + ADR personalizzati fino a 200 K Likes € 300

PROMOZIONE WEB

- 1. Scheda evento + pagina esperienza + social post + ads fino a 100 K likes € 300
- 2. Opz. esperienza o modifica successiva € 50

PROMOZIONE AZIENDA

- 1. Promozione su web base € 1.000
- 2. Promozione su web con landing page € 1.500
- 3. Promozione su prodotti stampati da 40 copertine € 1.500
- 4. Promozione su prodotti stampati da 40 copertine € 1.000

PROMOZIONE EVENTO

- 1. Realizzazione grafica + pubblicazione sulla website event + pubblicazione sulla newsletter € 50
- 2. Realizzazione grafica + pubblicazione sulla website event + pubblicazione sulla newsletter + pubblicazione in Farmacopromozione event in azienda € 100
- 3. Realizzazione grafica + pubblicazione sulla website event + pubblicazione sulla newsletter + pubblicazione in Farmacopromozione event + social post + ads fino a 100 K likes € 300

TUTTI I PREZZI SONO IVA INCLUSA FORNITURA

LAGO d'ISEO
the romantic choice

UFFICIO
Via Lungolago Marconi, 3a
25049 Iseo (BS)
Tel. 030 9648533
Fax 030 9448304
mail@visitlakeiseo.info

AREA COMMERCIALE
Responsible Social Marketing:
Antonio Cador
Cell. 366 4317930
social@visitlakeiseo.info

Homepage > Info > **Area Stampa**

Area Stampa

In questa sezione potrai scaricare una selezione di articoli, video e notizie

ANNO 2021

Lake Iseo Outdooractive Community – presentazione

Comunicato stampa 30/03/2021

Catalogo Commerciale 2021

ANNO 2020

Il Futuro del Turismo oltre l'Emergenza – registrazione



Contatta l'infopoint

nome

email

cosa hai bisogno?

Accetto la [Privacy Policy](#)

INVIA

CONDIVIDI CON I TUOI AMICI



VERSO UN TURISMO SOSTENIBILE AMBIENTALE – SOCIALE – ECONOMICO



Turismo consapevole

- concentra l'attenzione sul valore e rispetto delle risorse naturali di una destinazione
- accettare l'ambiente nella sua realtà senza pretendere di modificarlo o adattarlo a propria convenienza
- si pone la sfida dello sviluppo economico capace di portare benefici alla comunità ospitante, offra benessere al turista, nel rispetto e salvaguardia dell'ambiente



Arch. Domenico Benaglio

Turismo consapevole

- Un turismo che porta ricchezza ma non migliora le condizioni del territorio non è sostenibile
- Consente la presenza di turisti esperti ed evoluti, che rifuggono i luoghi artificiali e premiano l'autenticità
- Crescita della vacanza naturalistica legata alla riscoperta dell'ambiente, delle tradizioni e alla possibilità di praticare sport all'aria aperta.
- Incremento di viaggi autorganizzati e disintermediati
- Incremento brevi soggiorni (short break)



Arch. Domenico Benaglio

8 tipi di turismo sul lago d'Iseo

- 1) turismo ambientale e naturalistico – fondato sulle risorse naturali e paesaggistiche diffuse sul territorio
- 2) aree vocate per lo sviluppo del turismo sportivo e ricreativo legato al concetto di vacanza “attiva” quali il trekking, la pesca, sport nautici, escursionismo, cicloturismo, Mtb, arrampicata sportiva, equitazione, etc.
- 3) aree vocate per il turismo rurale – connessa alla presenza di un paesaggio e di un contesto prevalentemente agricolo da valorizzare a fini ricettivi e ricreativi e con il ritorno alla terra
- 4) aree per lo sviluppo del turismo culturale: storia, arte, archeologia, religione



Arch. Domenico Benaglio

8 tipi di turismo sul lago d'Iseo

- 5) aree vocate per il turismo eno-gastronomico, folkloristico e delle produzioni artigianali tipiche
- 6) aree vocate per il turismo educativo (studentesco o sociale) collegato alla fruizione dei beni culturali, ambientali, artigianali e agro-alimentari di cui il territorio dispone
- 7) aree vocate per la realizzazione di eventi di carattere culturale, scientifico, enogastronomico e sportivo
- 8) Aree per un turismo balneare



Arch. Domenico Benaglio

Grazie!



@ VisitLakelseo

Antonio Cadei

social@visitlakeiseo.info

Comunicazione & Marketing