



Touring Club Italiano
Bandiere Arancioni



Il Network Bandiere Arancioni del Touring Club Italiano 2021



Certificazioni e Programmi Territoriali
marzo 2021
© 2021 Touring Club Italiano

- Il Touring Club Italiano
- Il Network Bandiere Arancioni TCI
- La strategia 2021
- Dettaglio attività 2021
- I nuovi strumenti Bandiera Arancione
- La comunicazione tra il Touring Club Italiano e i Comuni

Il Touring Club Italiano

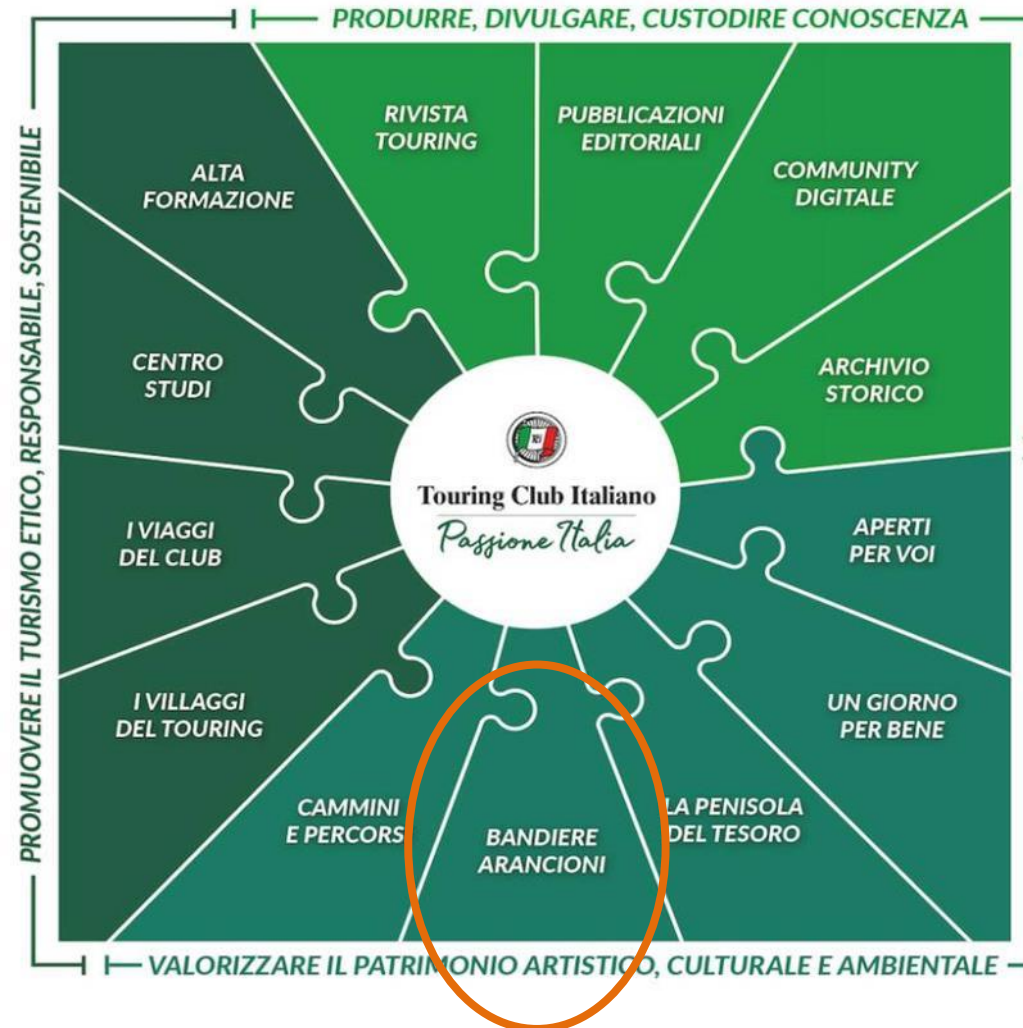
Il Touring Club Italiano
è un' **associazione privata senza scopo di lucro**
che chiede ai suoi soci - destinatari e attori della missione -
di essere protagonisti di un grande compito:
prendersi cura dell'Italia come bene comune
perché sia più conosciuta, attrattiva, competitiva e accogliente.

Per questo il Touring Club Italiano contribuisce a
produrre conoscenza, tutelare e valorizzare il paesaggio,
il patrimonio artistico e culturale e le eccellenze economico produttive dei territori,
attraverso il volontariato diffuso e una pratica turistica del viaggio etica, responsabile e
sostenibile.

Il Touring Club Italiano si prende cura dell'Italia come bene comune.

Il Touring Club Italiano si prende cura dell'Italia come bene comune

Promuovere un turismo etico, responsabile e sostenibile



Produrre, divulgare, custodire conoscenza

Valorizzare il patrimonio artistico, culturale e ambientale

Il Network Bandiere Arancioni TCI



I Comuni certificati con la Bandiera Arancione hanno l'opportunità di aderire al **Network Bandiera Arancioni**, che significa poter **fruire** di una **strategia di comunicazione** declinata in **numerose opportunità di promozione e non solo**.

Per un Comune Bandiera Arancione aderire al Network significa:

- godere di occasioni di promozione a livello nazionale e internazionale verso un **target coerente, interessato e altamente profilato**
- avere opportunità di visibilità attraverso **media generalisti e di settore ad ampia copertura mediatica**
- beneficiare occasioni di **animazione territoriale** grazie ad eventi di portata nazionale
- offrire opportunità di **formazione ai propri operatori turistici**, condotte da esperti del settore
- mettere a valore l'appartenenza ad una rete, grazie alle **iniziative promosse dall'Associazione dei Paesi Bandiera Arancione**



- L'adesione ha **validità annuale**
- Per aderire è necessario **formalizzare l'incarico** con il quale il Comune, a fronte di un **contributo annuale definito sulla base del numero di abitanti** (si veda la tabella di riferimento nel documento d'incarico), il compito di **fornire i servizi** dettagliati nel presente nel documento.
- La documentazione dovrà **pervenire entro e non oltre venerdì 26 marzo 2021**
- Nel corso dell'anno di validità del presente documento, le **azioni presentate potranno essere potenziate o integrate**, considerando anche il numero di aderenti al Network stesso. Potranno inoltre variare sulla base dell'evolversi della situazione sanitaria.
- Non sarà possibile offrire la totalità delle azioni descritte a tutte le località aderenti, in ogni caso Touring Club Italiano garantirà nel corso dell'anno la **promozione di tutti i Comuni partecipanti al Network**

1. Compilare e firmare il **documento di incarico**
2. Predisporre la **delibera/determina**, che attesta l'impegno di spesa del Comune
3. Inviare la documentazione tramite mail a: bandiere.arancioni@touringclub.it **entro e non oltre venerdì 26 marzo 2021**

Per un rapido avvio delle attività presentate, la **scadenza per l'invio dei documenti di adesione sarà tassativa**. Potranno accedere alle attività del Network **SOLO** le località che invieranno correttamente la **documentazione necessaria nei tempi previsti**.

IL NETWORK BANDIERE ARANCIONI DEL TCI | PERCHÉ ADERIRE?



Touring Club Italiano
Bandiere Arancioni

Aderire significa beneficiare delle seguenti **azioni**, che si traducono in **vantaggi diretti per il Comune**:

1. Un piano di comunicazione online e offline su tutti i principali canali del Touring Club Italiano	→ Visibilità e promozione del Comune a livello nazionale verso un target coerente, interessato e altamente profilato
2. Un piano di comunicazione online e offline sui principali media nazionali anche grazie ad accordi di partnership	→ Visibilità e promozione del Comune a livello nazionale e internazionale attraverso media generalisti e di settore ad ampia copertura mediatica
3. Un calendario annuale di eventi e attività promozionali sul territorio nazionale	→ Visibilità del Comune e presenza fisica con possibilità di sviluppo contatti ed eventuali opportunità di business
4. Incontri di formazione per amministratori e operatori	→ Opportunità di beneficiare di incontri formativi appositamente pensati per i piccoli Comuni, tenuti da esperti del settore turismo
5. Strumenti di promozione sviluppati <i>ad hoc</i>	→ Promozione del Comune in modo capillare sul territorio

La strategia 2021

UNA STRATEGIA RISULTATO DI DIVERSE ATTIVITÀ DI ANALISI



- **LA BANDIERA ARANCIONE, UN MARCHIO DI QUALITÀ**

I borghi **Bandiera Arancione** come **località d'eccellenza**, individuate a seguito di un **processo di selezione e certificazione**.

- **NON SOLO BELLEZZA...MOLTO DI PIÙ**

Il racconto delle località sarà incentrato su alcuni **elementi che distinguono le Bandiere Arancioni** rispetto ad altre località. Tali elementi, come confermano i dati, intercettano perfettamente i bisogni emersi dai nuovi trend della domanda.

- **UN RACCONTO AUTENTICO**

La narrazione verrà sviluppata in continuità con quanto avviato nel 2020, attraverso **racconti del territorio**, fatti dalle **persone** che vi abitano.

UNA COMUNICAZIONE FOCALIZZATA SU ALCUNI ELEMENTI DISTINTIVI

→ **ENOGASTRONOMIA e TIPICITÀ**

Le produzioni locali, le ricette della tradizione e i ristoranti d'eccellenza, tradizioni artigiane, feste locali e patronali

→ **ATTIVITÀ OUTDOOR**

Attività da svolgere all'aria aperta, in contesti paesaggistici di grande bellezza in cui i borghi sono inseriti

→ **SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE**

Buone pratiche di gestione green del territorio sia nell'amministrazione pubblica sia in operatori del turismo, esempi di economia circolare

Valorizzando sempre la ricchezza del **patrimonio storico-culturale** oltre all'**accoglienza** delle comunità residenti.

IL TURISMO ENOGASTRONOMICO, UN FENOMENO IN CONTINUA CRESCITA



- Il **71%** delle persone in viaggio vuole vivere **esperienze enogastronomiche** che siano memorabili, e per il **59%** dei turisti **cibo e vino** aiutano a scegliere tra più destinazioni
- L'Italia è tra i Paesi europei:
 - 1° per **produzioni certificate**
 - 1° per **beni UNESCO e CITTÀ CREATIVE** legate all'enogastronomia
 - 1° per numero di **imprese ristorative**
 - 2° per **ristoranti stellati**
- I Comuni Bandiera Arancione offrono in totale **oltre 400 prodotti certificati o riconosciuti** tra DOP, IGP, DOC, DOCG, IGT, PAT

BENESSERE, ATTIVITÀ ALL'ARIA APERTA E CONTATTO CON LA NATURA, BISOGNI ACCELERATI DALL'EMERGENZA SANITARIA



- Già prima della pandemia, il **34%** dei turisti voleva praticare **attività outdoor** durante il viaggio
- La **motivazione prevalente** per effettuare una vacanza attiva ha poco a che fare con sport e competizioni (1%) o con la sfida con sé stessi (2%) ma ha perlopiù **l'obiettivo di scoprire i territori in modo differente** (43%), di soddisfare una **passione** (28%) e di **stare in salute** mantenendo il benessere psicofisico (26%).
- La vacanza attiva è considerata perlopiù come **una vacanza aggiuntiva** rispetto a quella principale.

LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE, FATTORE CON PESO CRESCENTE NELLE SCELTE DEI VIAGGIATORI



- A livello internazionale il **73% dei viaggiatori** preferisce scegliere **una sistemazione sostenibile**.
- Il **75%** degli italiani, preferisce **strutture ricettive che non utilizzano plastiche monouso**.
- L'**81%** degli intervistati **conosce il significato di “turismo sostenibile”** inteso come quello che rispetta l'ambiente e cerca di ridurre il consumo di energia e di risorse del territorio.
- Circa la possibilità di **spendere il 10 o il 20% in più per non danneggiare l'ambiente** durante le proprie vacanze, il **48%** sostiene di esserne **disponibile**.

- Le azioni in cui viene declinata la strategia si rivolgono principalmente al mercato **di viaggiatori italiani**, si prevede infatti che il turismo domestico anche per quest'anno sarà preponderante rispetto all'*incoming*.
- Le singole attività di comunicazione, di seguito dettagliate, si rivolgono a **target specifici e profilati**. Inoltre, quando possibile i contenuti legati a specifiche località verranno promossi attraverso **criteri di localizzazione geografica**, grazie al geo-targeting.
- Inoltre, alcune attività si rivolgeranno ad **amministratori e operatori** dei Comuni Bandiera Arancione.

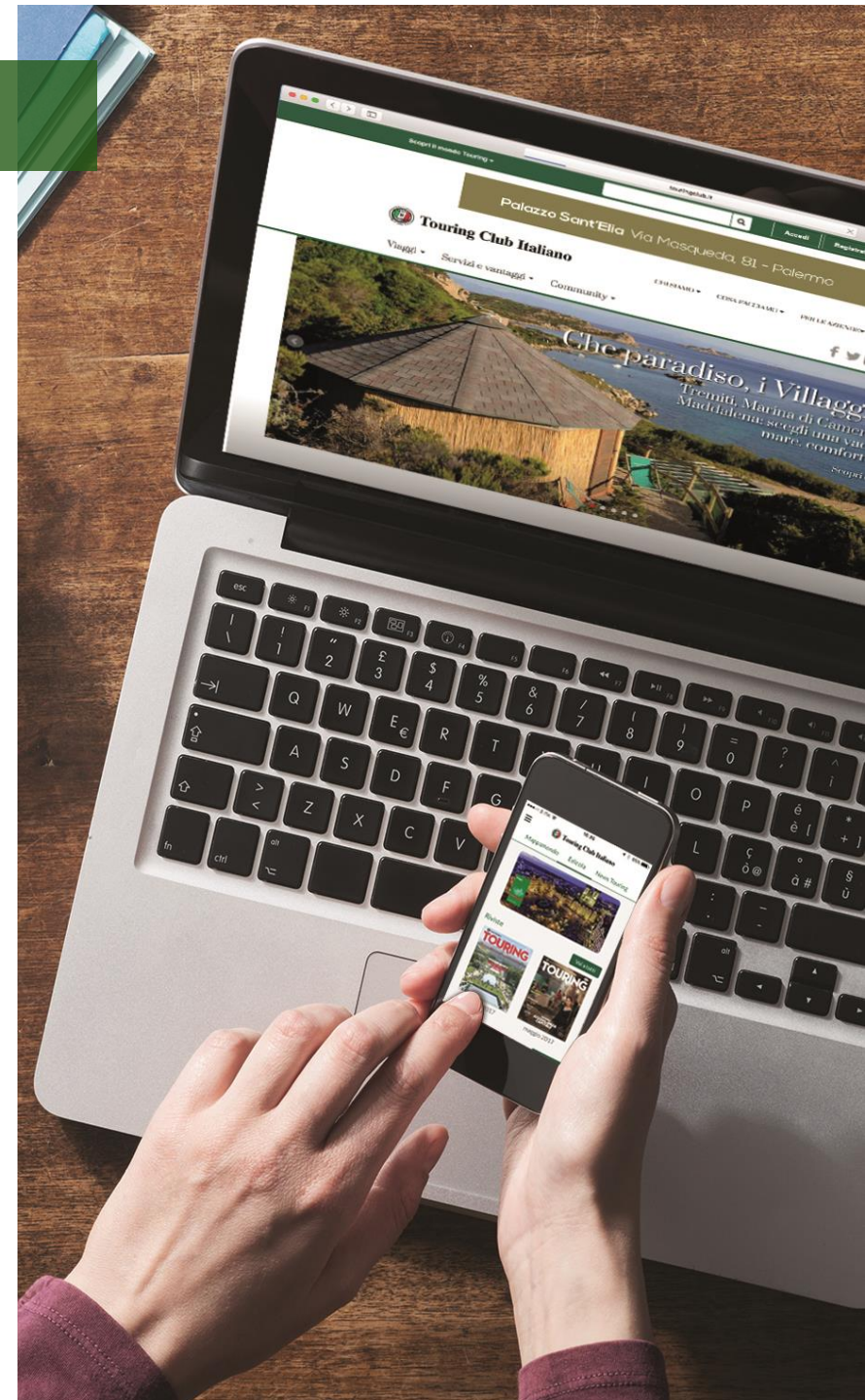
Dettaglio attività 2020

1. DIGITAL MARKETING STRATEGY

- IL WEB
- SOCIAL MEDIA STRATEGY
- INFLUENCER MARKETING
- CAMPAGNE DIGITALI SPECIALI

IL SITO TOURINGCLUB.IT

- Alle **località certificate** vengono dedicati **articoli periodici**, con **focus tematici per target specifici** (es. vacanze attive, enogastronomia, ecc.), **questi contenuti raggiungono:**
 - **8,8 milioni di utenti unici/anno**
 - 22 milioni di pagine visualizzate
 - 80,7 % del traffico da ricerca organica grazie attività SEO
 - **430.000 iscritti al portale, di cui circa il 18% Soci Tci**
- Inoltre, ogni mese opportunità di visibilità mirata, con inserimento di **news dedicate alle località certificate nella Newsletter mensile TCI e DEM a cluster** (es. bicicletta, camper, ecc.)



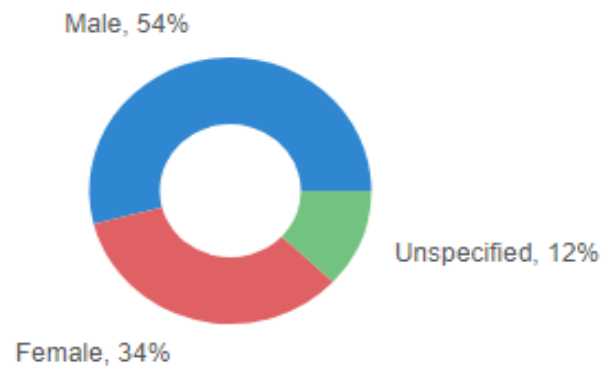
UNA COMMUNITY ONLINE ALTAMENTE PROFILATA

Profilo degli utenti registrati al portale

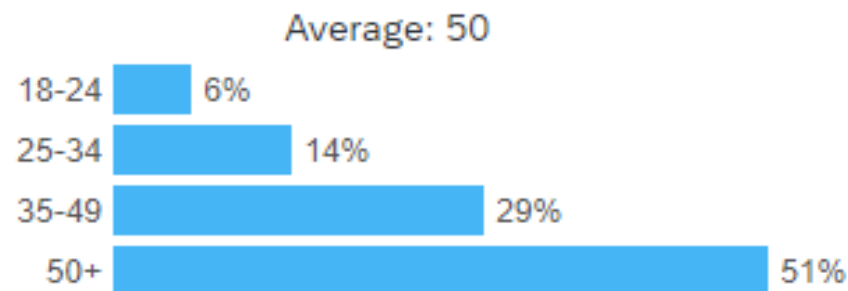
Cluster attivi (2021):

Bicicletta, Camper, Montagna - A piedi, Mare, Arte e cultura, Sostieni l'Italia

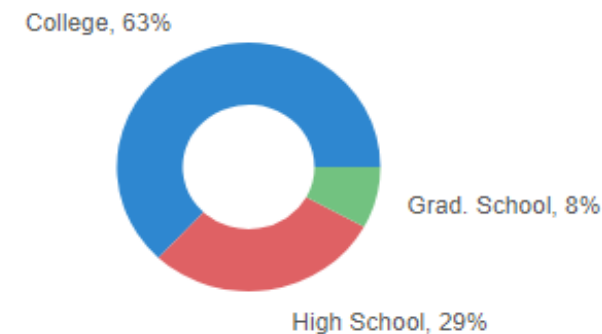
Gender



Age



Education



IL SITO BANDIEREARANCONI.IT

- Ogni Comune aderente può godere di una pagina dedicata, con **descrizione, notizie, foto, eventi, approfondimenti, una vetrina unica**, dove poter promuovere anche gli eventi locali a un target profilato e interessato.
- I Comuni beneficiano inoltre di un **piano editoriale ad hoc, con contenuti di qualità**, realizzati da giornalisti Touring.
- Quest'anno i **contenuti saranno ancor più visibili**, grazie alla strategia **S.E.O.** con **campagne pay GoogleAds** che ottimizzeranno l'indicizzazione del sito.
- Inoltre ogni mese **le notizie e gli eventi dei Comuni certificati** raggiungono **25.000** persone, fortemente interessate ai Comuni certificati, grazie alla Newsletter.



Nel 2020 +30% circa di utenti unici totali rispetto al 2019.

LA VETRINA ONLINE

- Nel 2020, in un anno estremamente critico, TCI ha cercato di **supportare le realtà commerciali** dei Comuni Bandiera Arancione, costruendo una **vetrina online dedicata produttori, artigiani e commercianti** attivi nella vendita online e/o con ordine telefonico.
- Quest'anno verrà **potenziata la promozione degli operatori locali**, con un'ulteriore **arricchimento ed evoluzione della vetrina online**, anche grazie alla collaborazione con Facebook Italia.
- Questa attività si integrerà inoltre nella **strategia di content marketing**, gli operatori verranno quindi promossi anche tramite **contenuti giornalistici a loro dedicati**.



Nel 2020 costruita una vetrina con oltre 200 produttori, artigiani e commercianti

NEW!

- Nel 2021 verrà rilasciato il **nuovo sito bandierearancioni.it**, che grazie ad un'**immagine rinnovata, nuove funzionalità e un'integrazione con il sito touringclub.it** offrirà nuove occasioni di visibilità per le località Bandiera Arancione.
- Le singole località potranno godere di maggiore notorietà anche grazie ad un'**ottimizzazione della strategia SEO**.
- I contenuti che riguardano le Bandiere Arancioni saranno inoltre **totalmente fruibili da mobile**.

La strategia 2021 porrà un'attenzione particolare alla comunicazione tramite Social Network. Verrà infatti realizzato un **piano social** con **contenuti editoriali coerenti con i tre temi** individuati nella strategia macro:

- ENOGASTRONOMIA E TIPICITÀ
- ATTIVITÀ OUTDOOR
- SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

L'obiettivo del piano è il **racconto inedito** della vita nei borghi Bandiera Arancione, non un mero repertorio di panorami fotografici.

Obiettivo primario non sarà tanto di tipo quantitativo, con semplice acquisizione di follower, ma il **raggiungimento del maggior numero di persone in target**, per costruire una community sempre più attiva e interessata alle Bandiere Arancioni.



LE PAROLE CHIAVE DEL NOSTRO FEED:

- ARTIGIANATO
- VOLTI E PERSONE
- DIALETTI E IDENTITA' CULTURALI
- SCORCI E DETTAGLI
- PRODOTTI TIPICI
- RISPETTO PER L'AMBIENTE
- VITA ALL'ARIA APERTA
- ENOGASTRONOMIA

futtitinni

/fu·tti·ti·nni/verbo

*quando sei molto arrabbiato
ma in realtà non è importante
e il tuo amico ti dice "Futtitinni!"*

trad. lett. "lascia perdere"

 Sciauru Dictionary





I Comuni Bandiera Arancione potranno raggiungere **oltre 285.000 follower**, grazie ai post pubblicati sul profilo di TCI e quello dedicato all'iniziativa Bandiere Arancioni.

Pagina Facebook Touring

- ✓ Oltre **224.000 follower**
- ✓ Rating **4,3** su 5
- ✓ Copertura: **1.000.000 di views** (media mensile)

Pagina Facebook Bandiere Arancioni

- ✓ Oltre **61.000 follower**



Finalmente qualcosa di bello, che ci fa viaggiare in giro per l'Italia senza spostarci da casa in questo momento così difficile per tutti noi. Dove poter prendere idee per i nostri viaggi futuri, quando potremo farli, di nuovo, in tutta sicurezza. Molto luoghi, della mia bella Toscana, li conosco già, ma molto superficialmente. Grazie di ❤️

02/11/20, 09:11

INSTAGRAM



Grazie ad un **piano editoriale totalmente nuovo**, le località Bandiera Arancione avranno visibilità speciale attraverso Instagram, anche grazie a **investimenti promozionali durante tutto l'anno**.

Profilo Instagram Touring

- ✓ Oltre 78.500 follower
- ✓ Oltre 170.000 impression settimanali
- ✓ 55.000 utenti raggiunti settimanalmente

Profilo Instagram Bandiere Arancioni

- ✓ 9.000 follower
- ✓ +107,5% nel 2020
- Collaborazioni con **community di utenti Instagram** (es. Yallers, Igers, ecc.)
- Realizzazione di un **format di brevi video** realizzati nei Comuni Bandiera Arancione, da **veicolare tramite dirette social e/o Instagram stories** sui temi selezionati



Nel 2020

+56% di follower al profilo TCI e +107% di follower al profilo Bandiera Arancioni

INFLUENCER MARKETING

Sulla scorta del successo riscosso nel 2020, grazie al Megatour con l'Estetista Cinica e Paolo Stella, anche quest'anno verranno realizzate **nuove collaborazioni con influencer e testimonial**, privilegiando quelle **coerenti con i principali temi** (es. food influencer, chef, sportivi ecc.) su cui si concentrerà la comunicazione.



A titolo esemplificativo si riporta di una selezione di **food influencer**, uno dei quali potrebbe essere coinvolto per aumentare la visibilità del network attraverso il racconto di contenuti enogastronomici dei borghi certificati.



soniaperonaci  [Invia un messaggio](#)  

4.578 post 779mila follower 609 profili seguiti

Giallozafferano Founder
◆ Ho "salvato la cena" a milioni di persone ◆
Chef e imprenditrice digitale @SoniaFactoryMilano
♥ info@soniaperonaci.it
📄 Le mie ricette 📄
www.soniaperonaci.it/tag/instagram

Follower: valeper81, federica.foglio, roberta_rm + altri 46



chiarainpentola  [Segui](#)  

8.440 post 676mila follower 1.211 profili seguiti

Chiara Maci
Di una risata, due mani sporche di farina e un buon calice di vino, ne ho fatto uno stile di vita.
✉ chiara@chiamaciacom
#chiamaciacom
chiamaciacom

Follower: luigiveccia, roberta_rm, la.duci + altri 111



notordinarychef  [Follow](#)  

1,824 posts 556k followers 342 following

Roberto Valbuzzi
Varese, 1.07.89
👨‍🍳 Owner and chef @crotto_valtellina
👨‍🍳 Owner @laboratoriovalbuzzi
🍷 @notordinarycatering®
👨‍🍳 Founder Oltregusto
📄 #cortesiepergliospiti
www.robortovalbuzzi.com

Followed by mirtadellavero, bevilacquaalea, elena_canesso + 21 more



fattoincasadabenedetta  [Segui](#)  

3.133 post 3,7mil follower 1.533 profili seguiti

Benedetta Rossi
Fatto in Casa da Benedetta
Idee, Consigli e Ricette Facili
linktr.ee/fattoincasadabenedetta

Follower: ireneccloset, iodonna_it, federica.foglio + altri 55

I Comuni Bandiera Arancione aderendo al Network, saranno promossi attraverso **campagne di comunicazione speciali**, che prevedono:

- **Campagne adv**, comunicazione stampa e social **stagionali**
- Costruzione di **visual e copy ad hoc**
- Integrazione nella strategia di content marketing con **produzione contenuti giornalistici e fotografici ad hoc**

Nel 2020 quasi **8 milioni** persone raggiunte tramite **campagne social**



2. COMUNICAZIONE OFFLINE

- LA RIVISTA TOURING
- UFFICIO STAMPA
- MEDIA PARTNERSHIP
- GUIDA BORGHI ACCOGLIENTI

- Nella rivista *Touring* grazie all'attività di importanti redattori e dei più rinomati autori di viaggio realizziamo:

- **Speciali reportage di 6/8 pagine** dedicati ai borghi Bandiera Arancione
- Nella sezione **“Casa Touring”**, ogni mese, una pagina dedicata alla **promozione delle località e dei loro eventi**, oltre alle novità circa l'iniziativa

Il tutto letto ogni mese da **660.000 lettori!**



Borghi Bandiera arancione

Dove stanno tutti BENE

Bandiera arancione da 15 anni. Fontanelato ha una qualità di vita invidiabile e una ricca offerta turistica, tra la Rocca Sanvitale, il Labirinto della Masoni e una gastronomia eccellente

Nella foto, piazza Giacomo Matteotti, cuore di Fontanelato; sullo sfondo l'ingresso della Rocca Sanvitale, oggi sede del Comune.

22 TOURING MAG 2019

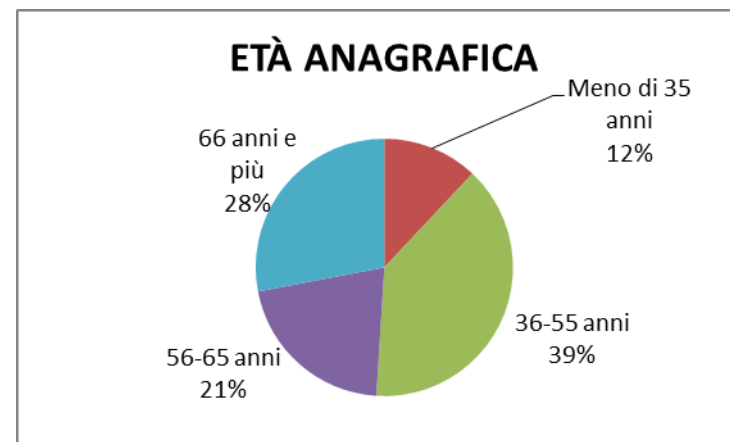
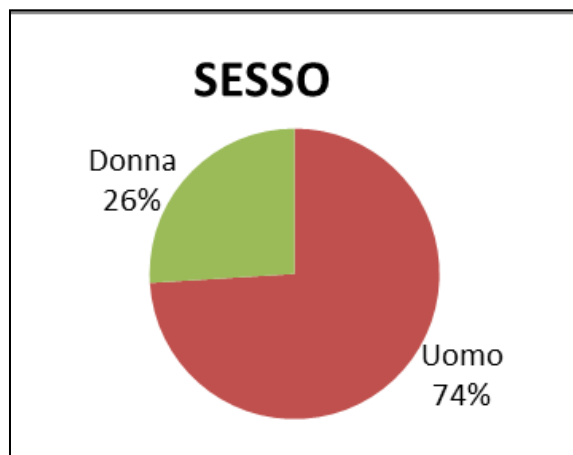
Testo di TINO MANTARRO
Foto di GIACOMO FE

A ogni ora del giorno il circolo Arci la Ghiacciale è popolato di un'umanità varia. Dentro l'ampia sala bar vegliata da una proletaria riproduzione del Quarto Stato di Pellizza da Volpedo si intravedono anziani con giaccone e cappello che giocano a scopa, ragazzi che bevono una malvasia con Campari, ma anche bambini con il gelato, signore con un bicchiere di spritz e gente seduta che con calma e attenzione legge la Gazzetta, quella di Parma. Fuori, in piedi sotto la tettoia d'alluminio, si fuma, si ride, si discute di calcio e politica come in un qualsiasi bar di paese italiano. Eppure a differenza della quasi totalità dei paesi della provincia italiana nei bar di Fontanelato se domandi «come si sta qui?» tutti, ma proprio tutti, rispondono: «Bene, a Fontanelato si vive bene». Dove quel generico bene è da intendersi letterale: proprio bene. Bene perché se si vuol lavorare un lavoro si trova; bene perché c'è sempre qualcosa da fare; bene perché è un posto tranquillo; bene perché si va ovunque in bicicletta. Ma sottintende anche «bene perché è oggettivamente bello», quasi una quintessenza del borgo italiano ideale: con il centro storico raccolto e curato, la campagna lascia come un tavolo da biliardo e punteggiato di casolari tutto intorno. Così bene da essersi meritato la Bandiera arancione Touring fin dal 2005.

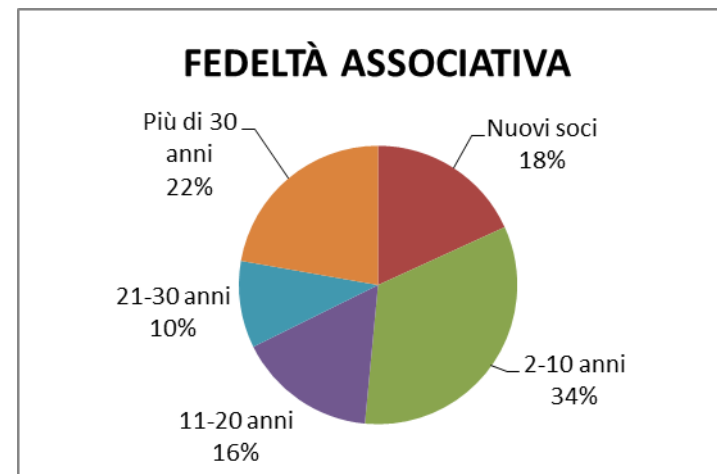
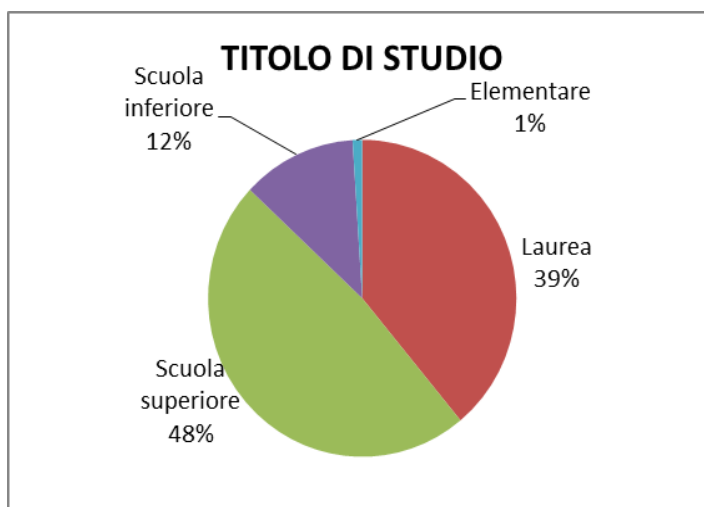
Questa impressione di benessere diffuso la coglie anche chi viene a Fontanelato per poche ore o per un intero fine settimana. «Il turista ha sempre qualcosa da fare – assicura il giovane sindaco, Francesco Trivelloni dal suo luminoso ufficio in una delle sale della maestosa Rocca Sanvitale –. Perché anche se siamo piccoli organizziamo un ricco calendario di eventi che copre tutto l'anno». E in effetti, specie nei weekend, a

MAG 2019 TOURING 23

Il profilo del socio del TCI



Età media: 54 anni



Fedeltà associativa media: 16 anni

DURATA VIAGGI E SPOSTAMENTI

	MAI	1-3 VOLTE ALL'ANNO	4 O PIU' VOLTE ALL'ANNO
GITE DI 1 - 2 GIORNI	16%	44%	40%
VIAGGI SUPERIORI A 2 GIORNI IN ITALIA	24%	56%	20%
VIAGGI SUPERIORI A 2 GIORNI ALL'ESTERO	51%	39%	10%



RELAZIONI CON LA STAMPA

- Nel 2020 la costante attività di ufficio stampa ha permesso l'uscita di **oltre 300 articoli dedicati alle Bandiere Arancioni**, sulla stampa online e cartacea, oltre alla presenza in tg nazionali e regionali e trasmissioni tv.
- Quest'anno continueremo le **relazioni con i media**, andando a individuare le **testate maggiormente in linea con i temi**, dai quotidiani fino ai più diffusi periodici.
- In determinati periodi dell' anno verranno realizzate **campagne radio e tv declinate per interesse stagionale**. Target principali: TG regione, Sì Viaggiare, Linea Verde, Bell'Italia, RadioRai (Le Meraviglie, L'Italia che va).



BANDIERE ARANCIONI PROTAGONISTE DI TRASMISSIONI TV E RADIO

- Nuovi Comuni hanno l'opportunità di essere protagonisti di **"Borghi d'Italia"**, la trasmissione di **TV2000** (oltre 3 milioni di telespettatori al mese). Puntate di mezz'ora girate proprio nei borghi.
Le puntate **diffuse via radio** attraverso Radio Vaticana e il circuito InBlu (102 emittenti).
- **Ogni settimana** i Comuni aderenti hanno la possibilità di essere promossi attraverso **RADIO24** (oltre 2 milioni di ascoltatori al giorno), l'emittente radiofonica de Il Sole 24 Ore, nell'ambito del programma **Globtrotter**.
- Sempre più intensi gli sforzi per attivare **nuove partnership**, soprattutto con televisioni.



Il programma di TV2000 anche in radio

Borghi d'Italia alla scoperta di
CADERZONE TERME

SU  **Radio Vaticana Italia**
SABATO 8 FEBBRAIO ORE 12.10 e 17.05
DOMENICA 9 FEBBRAIO ORE 17.00
www.vaticannews.va

 **inBlu** Radio
sulle Radio inBlu
DOMENICA 9 FEBBRAIO ORE 15.30
www.radioinblu.it

 
SCARICA LA APP

Radio24

GUIDA BORGHI ACCOGLIENTI

La guida aggiornata verrà **prodotta e distribuita gratuitamente in modo capillare su tutto il territorio nazionale** presso:

- Comuni Bandiera Arancione aderenti al Network
- Eventi Touring e Fiere
- Negozi Touring di tutta Italia 13
- Villaggi Touring 3
- Reti volontarie Touring in tutta Italia (oltre 3.300 ambasciatori)

L'86% dei Comuni che ha compilato il questionario lo considerano uno **strumento utile/molto utile**.

Il numero di copie distribuite sarà tarato sulla base delle specifiche necessità dei Comuni.



Nel 2020 circa 3.000 download
della versione digitale

3. EVENTI E FIERE

- CACCIA AI TESORI ARANCIONI
- EVENTI TOURING
- FIERE

CACCIA AI TESORI ARANCONI

Compatibilmente con l'evolversi della situazione sanitaria, ad ottobre le località aderenti potranno partecipare alla costruzione della **seconda edizione dell'evento** e beneficiare dell'importante piano di comunicazione e promozione online e offline.

L'evento si rivolge ad un **target** soprattutto di **giovani e famiglie con bambini**.

Alcuni numeri dell'edizione 2019

- **100 Comuni Bandiera Arancione**
- **10.000 partecipanti**
- **5.000 manifesti affissi** in 43 capoluoghi di Provincia e circa 40 Comuni Bandiera Arancione
- **4,6 milioni di persone raggiunte** tramite social
- **4 influencer attivati**



- **Penisola del Tesoro**, l'iniziativa TCI che da vent'anni conduce alla scoperta di luoghi meno noti: sono previste alcune tappe nelle Bandiere Arancioni.
- **Visite guidate**, organizzate dalla **rete volontaria** Touring, nei borghi certificati.

La Rete Territoriale Touring in tutta Italia:

- 3.300 volontari
- 45 Club di territorio
- 600 eventi locali l'anno
- 15 Punti Touring
- 3 villaggi Touring in aree naturali protette



Inoltre, **materiale promozionale Bandiere Arancioni** sarà distribuito in occasione di tutti gli eventi organizzati dal Touring Club Italiano.

PROMOZIONE DELLE LOCALITÀ PRESSO FIERE

Le località Bandiere Arancioni sono promosse in occasione di fiere ed eventi a cui TCI partecipa, attraverso **materiale promozionale Bandiere Arancioni distribuito e promosso da personale qualificato TCI**, indicativamente il calendario 2021 prevede:

- **Bit**, Fieramilanocity, maggio 2021
- **Salone del camper**, Fiera di Parma - settembre
- **Web marketing Festival**, Rimini - giugno
- **Festival della gastronomia** a Roma - ottobre
- **Festival della gastronomia** a Milano - novembre

La partecipazione sarà subordinata all'evoluzione della situazione sanitaria.



4. FORMAZIONE

TCI ACCOMPAGNA I COMUNI NEL MIGLIORAMENTO DELL'OFFERTA LOCALE

- Alla luce del successo degli incontri formativi organizzati per i Comuni nel 2020, ritenuti utili/molto utili da circa l'80% dei Comuni, quest'anno **amministratori e operatori dei Comuni Bandiera Arancioni** potranno beneficiare di **nuovi incontri formativi online** su temi di marketing turistico, con particolare attenzione alla promozione digitale.
- Alcuni incontri formativi si terranno con la **collaborazione di partner tecnici** altamente selezionati per offrire la massima qualità dei contenuti proposti (es. Facebook Italia)
- Touring, conferma così il proprio ruolo di **accompagnamento continuo nel miglioramento dell'offerta locale.**

Nel 2020, un totale di circa
700 beneficiari delle ore di formazione

Inoltre...

I Comuni aderenti al Network Bandiere Arancioni vengono **associati al Touring Club Italiano**.

Essere Soci significa:

- **Prendersi cura dell'Italia come bene comune**, supportando le attività che l'Associazione porta avanti quotidianamente (es. Aperti per Voi, iniziative sul territorio, ecc.)
- **Ricevere mensilmente la rivista Touring e poter accedere a contenuti turistici** attraverso pubblicazioni esclusive
- **Accedere a opportunità e vantaggi** nell'ambito di editoria, viaggi e vacanze, 11.000 servizi convenzionati tra strutture ricettive, ristoranti, musei, teatri ecc.





Costituita nel 2002 dalle 16 località “arancioni” di allora, l’Associazione nasce e ha sede a Dolceacqua (IM), con lo scopo di riunire i paesi che hanno ottenuto dal Touring Club Italiano il riconoscimento della Bandiera Arancione.

Non ha fini di lucro e avendo come obiettivo principale la valorizzazione dei territori opera a tal fine promuovendo azioni e iniziative di stimolo ed impulso allo sviluppo turistico delle località; promuove manifestazioni collettive per **favorire lo scambio culturale e la diffusione di esperienze e buone pratiche tra i Comuni “arancioni”**; svolge attività legate alla **politica e di rappresentanza** presso gli enti governativi; compie attività amministrativa ed economica dei Comuni assegnatari della Bandiera Arancione.

Il Network contribuisce alle attività dell’Associazione dei Paesi Bandiera Arancione e solo i Comuni che aderiscono al Network Touring hanno l’opportunità di partecipare alle iniziative proposte

I nuovi strumenti Bandiera Arancione

I NUOVI STRUMENTI A DISPOSIZIONE DEI COMUNI

Alla fine di un processo di revisione e allineamento grafico, con l'obiettivo di rafforzare l'identità del marchio e la sua riconoscibilità, i Comuni hanno a disposizione nuovi **strumenti promozionali** a breve scaricabili **dall'Area riservata del sito bandierearancioni.it**.



Logo personalizzato



Pannello stradale



Pannello pedonale



Bandiera Arancione



Touring Club Italiano

Bandiera

La comunicazione tra
il Touring Club Italiano e i Comuni

- **Sezione riservata alle località Bandiera Arancione sul sito www.bandierearancioni.it**
Contiene le **notizie utili** ai Comuni aderenti al Network e gli **strumenti promozionali** a disposizione.
- I Comuni sono costantemente aggiornati sulle attività in corso tramite **comunicazioni ad hoc** attraverso la **Newsletter periodica riservata** alle località certificate.
I contatti a cui vengono inviate le comunicazioni sono quelli del **Sindaco** e del **Referente Touring** per la Bandiera Arancione che ci avete segnalato.

Grazie per l'attenzione

**Per informazioni:
bandiere.arancioni@touringclub.it - 02.8526828**

**Touring Club Italiano
Direzione Marketing Promozione e Sviluppo Associativo
Certificazioni e Programmi Territoriali**

**Documento disponibile su www.bandierearancioni.it
Area riservata ai Comuni certificati**