

Il tourism retail e il turismo urbano



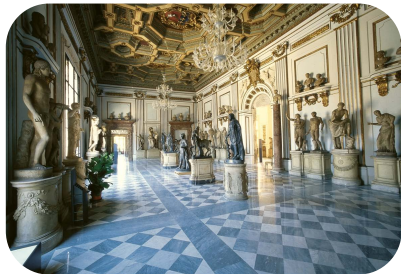
Josep Ejarque



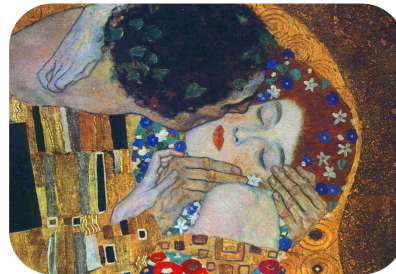
F TOURISM & MARKETING
Josep Ejarque

Le motivazioni per scegliere la città come destinazione

La visione dal lato dell'offerta:



Musei



Arte



Cultura



Visita amici/parenti



Cibo

1. Le città e il turismo

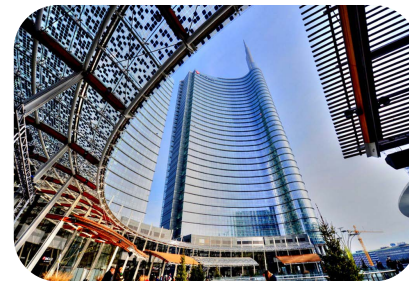
La visione dal lato dell'offerta:



Divertimento



Congressi



Architettura



Eventi culturali



Eventi sportivi

Le motivazioni per scegliere la città come destinazione

La visione dal lato della domanda:

1. Le città e il turismo



Relax



Scappare della realtà quotidiana



Imparare, conoscere



Avventura, vivere esperienze, ricerca di nuovi stimoli FTOURISM©2018



Auto-premiazione e auto-soddisfazione



Arricchimento personale, hobbies e passioni

1. Le città e il turismo

Evoluzione

Dal souvenir

- Legame: lo shopping permette di associare un determinato luogo o un'esperienza vissuta all'oggetto acquistato, portandola con sé

Allo shopping

- Componente accessoria di un viaggio; dà la possibilità di promuovere dei luoghi ed occasioni d'acquisto per farli diventare veri e propri fattori d'attrattività

Turismo dello shopping

- Elemento chiave nella scelta delle destinazioni

2. Il turismo e il commercio

“Il fenomeno che fa spostare un potenziale turista verso uno specifico luogo attirato dalla possibilità di fare acquisti, diventando quindi una delle motivazioni principali del viaggio”.

Fattori motivazionali del turismo dello shopping:

- Tipologia dei beni e prodotti
- Prezzo
- Destinazione

2. Il turismo e il commercio

Vicini ma lontani

Turismo di shopping



Una vera e propria
esperienza



Si va a fare shopping

Turismo urbano



L'esperienza non è lo
shopping



Si compra

2. Il turismo e il commercio

- **Souvenir shopper:**
 - ✓ Souvenir come ricordo
 - ✓ Acquisti piccoli centri commerciali
 - ✓ Budget limitato
- **Purpose-driven shopper:**
 - ✓ Focalizzato su un prodotto/marchio
 - ✓ Attività importante nella vacanza
 - ✓ Budget alto
- **Activity essential:**
 - ✓ Viaggia per comprare
 - ✓ Scopo essenziale della vacanza

2. Il turismo
e il
commercio

Shopping tourist: un fenomeno in effervescenza



2. Il turismo e il commercio



Factory outlet



Outlet village



3. Turismo urbano e commercio

- Monumenti
- Musei / gallerie d'arte
- Cinema / teatri / concerti
- Eventi sportivi
- Parchi



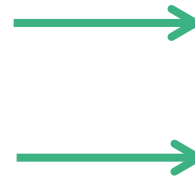
L'attività principale?

“Sightseeing”

3. Turismo urbano e commercio

Dallo shopping al tourism retail

Turismo urbano



Centri urbani



Attività

Shopping



È l'esperienza di comprare in piccoli-medi esercizi commerciali, specialmente locali

Cosa fanno le grandi destinazioni di turismo urbano?

Facilitare il contatto commercio e turisti

3. Turismo urbano e commercio

La valorizzazione del tessuto commerciale



Barcelona Shopping Line



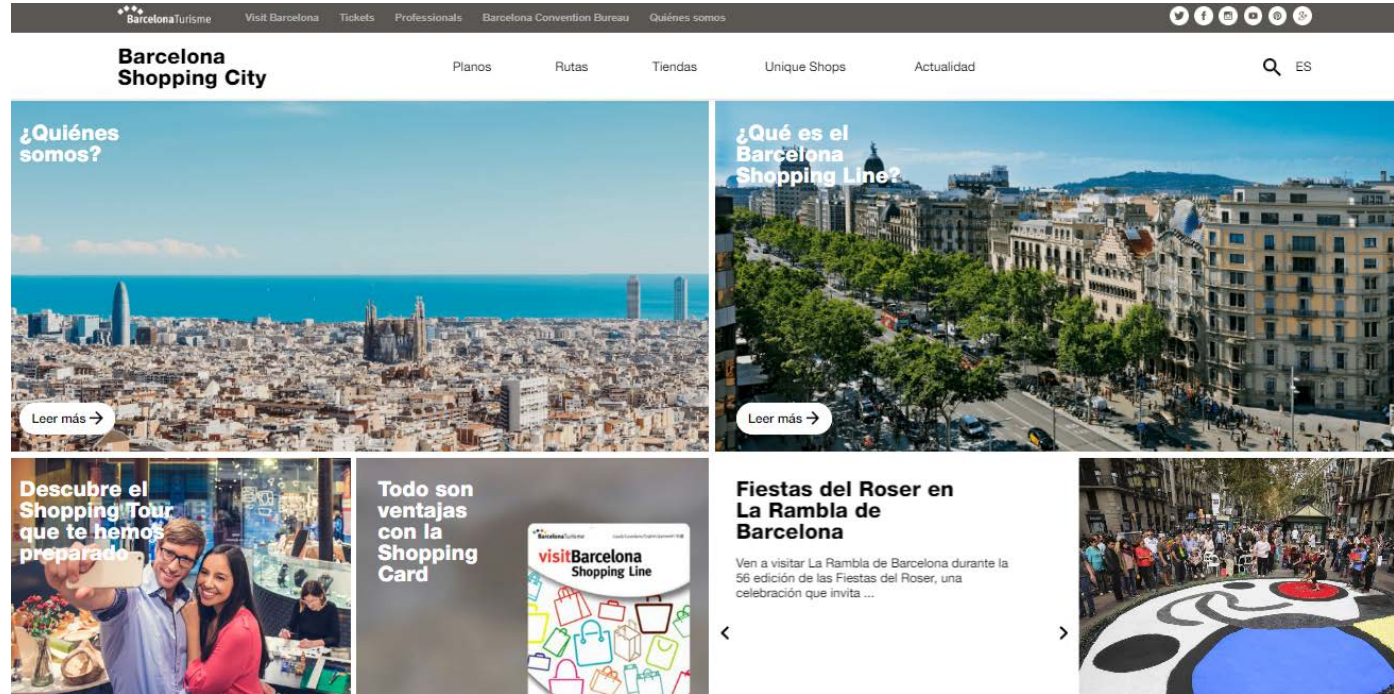
London New West End Company



Shopping in Vienna

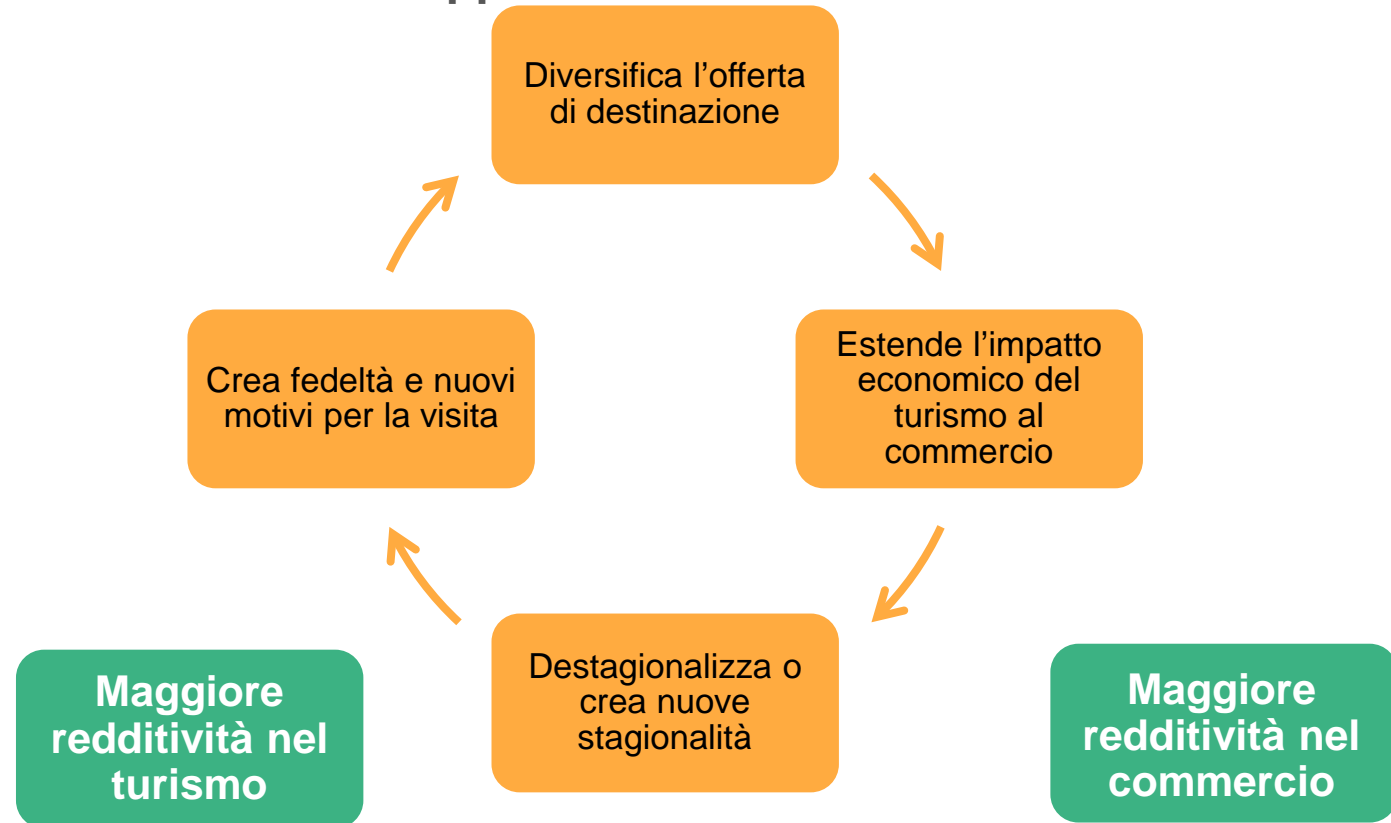
Cosa ci insegnano le grandi destinazioni di turismo urbano?

3. Turismo urbano e commercio



1. La logica del centro commerciale
2. Il bisogno di connettere turismo e commercio

Perché è utile sviluppare il turismo retail nelle città?



4. Il tourism retail



Cosa interessa / motiva gli acquisti dei turisti quando fanno turismo urbano?

4. Il tourism retail

Esclusività
della
proposta

Prezzo

Sconti

Lingue
parlate

Qualità

Varietà di
offerta

Orari
d'apertura

Apparenza

Sicurezza
dell'area

Pulizia
dell'area

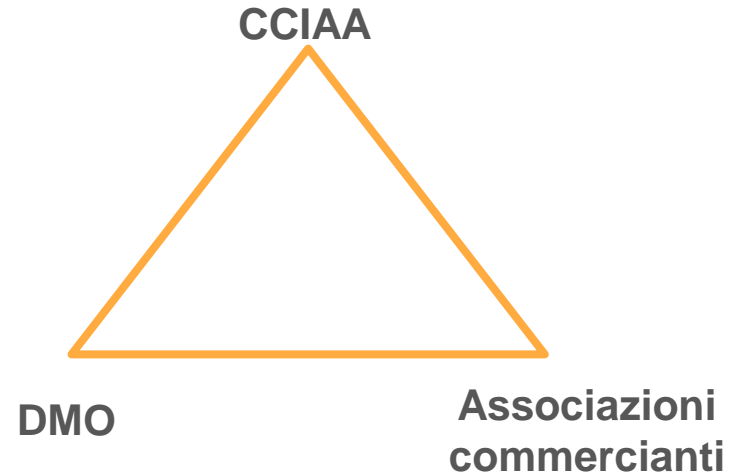
Cosa stanno facendo per la promozione del turismo retail?

5. Valorizzazione del commercio e turismo

- Francia
- Spagna
- Inghilterra
- Germania
- Svizzera
- Austria



1. Coopetition fra commercianti
2. Collaborazione



5. Valorizzazione del commercio e turismo

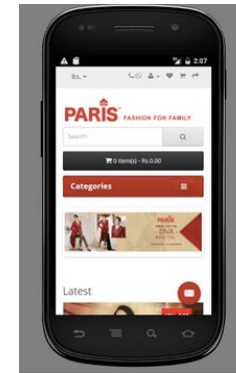
	Amministrazioni	CCIAA	DMO	Associazioni commercianti
Materiale/ Guide ecc	X	X	X	X
City Pass / Card			X	X
App		X	X	X
Eventi / Animazione	X	X		X
Marchi qualità		X	X	X
Segnaletica	X	X		X
Abbellimento urbano	X			

5.
Valorizzazione
del commercio
e turismo

- Mini sito web dedicato al commercio



- App smartphone



5.

Valorizzazione
del commercio
e turismo

- Mercatini

Logo of the Municipality of Rome and the Municipality of Roma EUR are visible at the top of the poster.

ANTIQUARIATO
V MOSTRA MERCATO D'ANTIQUARIATO
dal 16 al 24 Ottobre 2010
Presidente Onorario della mostra Sen. Esterino Montino

Complesso Monumentale Santo Spirito in Sassia
a Roma in Via di Borgo S. Spirito, 1
a due passi da Castel Sant'Angelo e da San Pietro

apertura al pubblico:
tutti i giorni dalle 11.00 alle 20.00
solo venerdì 22 ottobre
dalle 11.00 alle 23.00

In concomitanza
CUCINAARTE

GRANDI CUOCHI E PRODOTTI D'ECCELLENZA
A CURA DEL NOTO GASTRONOMO LUIGI CREMONA
www.witaly.it - www.porzionicremona.it

Logos of various sponsors and partners are at the bottom.

- Eventi



5.

Valorizzazione
del commercio
e turismo

- Marchi qualità

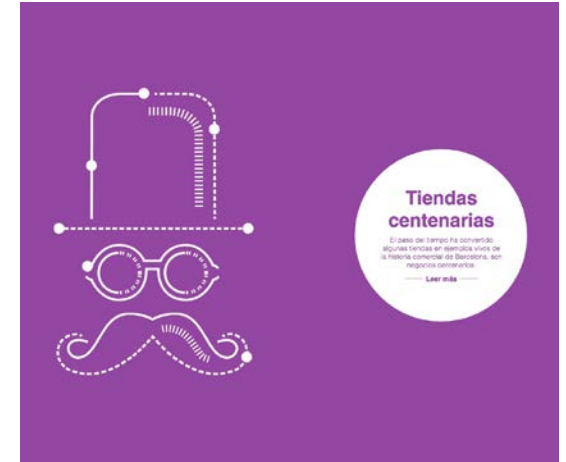


- Shopping card

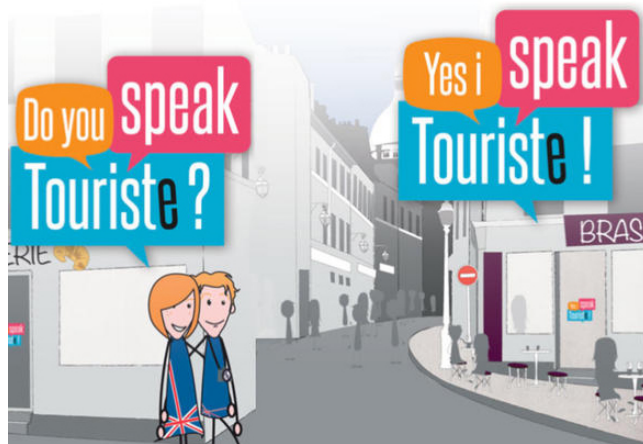


FTOURISM©2018

- Marchi tipicità



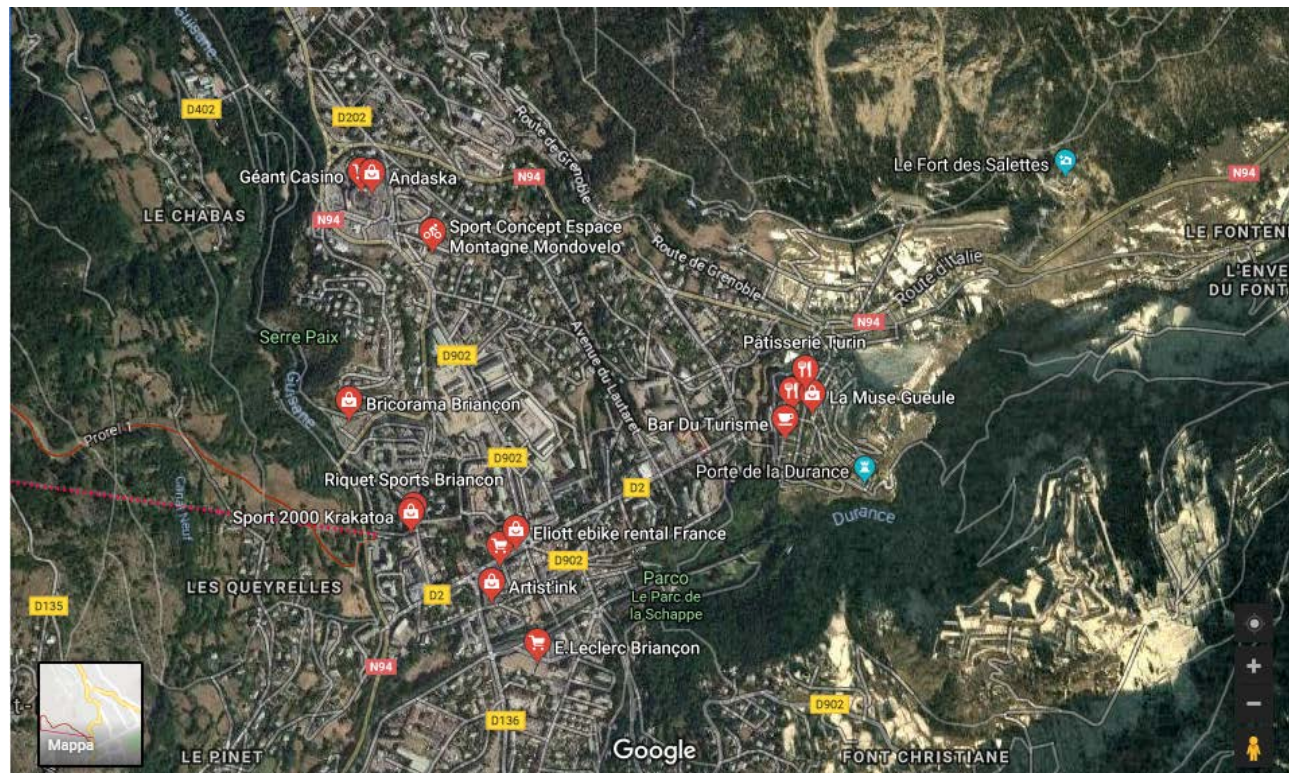
- Accogliere bene i turisti o formazione



5.

Valorizzazione
del commercio
e turismo

- Segnaletica turistica



5.

Valorizzazione
del commercio
e turismo

- Steward urbani



- Tour dello shopping guidati



5.

Valorizzazione del commercio e turismo

- Office du commerce



- Facilitazioni allo shopping



5.

Valorizzazione
del commercio
e turismo

WWW.KARASARDEGNA.IT

THE BEST ON-LINE SELECTION OF TYPICAL SARDINIAN PRODUCTS - LA MIGLIORE SELEZIONE DEI PRODOTTI TIPICI SARDI ON-LINE



5. Valorizzazione del commercio e turismo

- Vendere meglio il commercio al turista
- Posizionare il commercio locale al centro dell'attrattiva turistica e urbana
- Il commercio fa parte dell'animazione / attrattiva turistica



Grazie



F TOURISM & MARKETING

Josep Ejarque