Rebranding e tour tematici: il nuovo volto turistico di San Gimignano

san-gimignano-0981f732

Prende ufficialmente il via il nuovo percorso di valorizzazione e qualificazione turistica e culturale di San Gimignano, in Toscana, che riceve ora le risorse di sviluppo della città in sinergia con gli operatori dal ministero del Turismo.

San Gimignano ha vinto il bando sulla valorizzazione dei siti Patrimonio Mondiale Unesco. Un progetto per far crescere l'attrattività della città e del suo territorio, in cui saranno messe in campo **nuove strategie di marketing e comunicazione** per potenziare la percezione, già positiva, di cui gode questo gioiello italiano a livello mondiale.
Al centro il coinvolgimento della cittadinanza e la partecipazione del numero più alto possibile di **operatori turistici**. L'obiettivo è creare una forte sinergia tra pubblico e privato e valorizzare San Gimignano, amatissima in Italia e all'estero.
"**San Gimignano: con gli occhi della città, guarda, racconta e rispetta il Patrimonio dell'Umanità** ". Questo il titolo del progetto che parte dal percorso di **Destination management organization San Gimignano** e rappresenta la sua concreta evoluzione in coerenza con la vision del **Piano di Gestione Unesco**, recentemente aggiornato: "*Una città integrata con il paesaggio circostante, sensibile al coinvolgimento e al benessere della collettività, alla salvaguardia del patrimonio locale e dei suoi valori nel tempo*".

Rebranding e itinerari tematici con i big player

Il comune toscano ha messo in campo un team di alto profilo formato da professionisti che guideranno San Gimignano in un percorso condiviso e partecipato di **ripensamento del brand** e creazione di strumenti di comunicazione originali. **Ciclica, The Data Appeal Company, Galli Torrini, Opera Laboratori e Terre di Siena Lab** insieme al Comune di San Gimignano lavoreranno ad un complessivo rinnovamento del sistema dell'informazione della destinazione con azioni di rebranding, comunicazione e co-produzione di **itinerari tematici**.

Tra gli strumenti messi a disposizione per gli operatori che parteciperanno al progetto una **piattaforma digitale** che permette di scoprire i gusti e gli interessi dei turisti. Lo strumento, già utilizzato dal Comune e sviluppato dall'azienda The Data Appeal Company, monitora cosa apprezzano, e cosa no, i viaggiatori, grazie a un'analisi specifica di indicatori relativi alla destinazione turistica e sviluppati sui contenuti presenti online. Oggi l'identità online è diventata fondamentale, anche per mettere in risalto il patrimonio. Il web sarà uno dei primi fronti su cui sarà sviluppato questo percorso di valorizzazione della città.
Grazie a questa piattaforma si potrà **monitorare il sentiment** (ovvero il livello di soddisfazione dei visitatori) relativo alla destinazione che a ottobre 2022 ha già ottenuto il premio come destinazione preferita degli stranieri in vacanza in Italia in occasione di **Italia Destinazione Digitale**.