



Città di Imperia

<b>PROGETTO</b>	<b>VELE D'EPOCA DI IMPERIA - SAILING WEEK 2022</b>
Paese o area geografica	ITALIA
Luogo di svolgimento	Imperia - Liguria
Data	8 - 11 Settembre 2022
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"><li>- Promozione del territorio;</li><li>- Valorizzazione del settore turistico;</li><li>- Sviluppo della nautica da diporto e dei servizi collegati;</li><li>- Sviluppo di topic ambientali e culturali.</li></ul>

## Premessa

Nate nel 1986, le **Vele d'Epoca di Imperia** sono diventate un appuntamento fondamentale delle regate classiche nel Mediterraneo e, a oggi, rappresentano **l'unica manifestazione di respiro internazionale del settore in Italia**, come già riconosciuto dal Ministro del Turismo Garavaglia in occasione della sua visita all'edizione 2021.

Le Vele d'Epoca di Imperia nascono come evento annuale ma inserite in diversi circuiti - Prada Challenge for Classic Yachts e Panerai Classic Yacht Challenge - diventano ben presto biennali.

Nel 2019, prima dello stop dovuto al Covid, il ritorno all'annualità ha confermato l'interesse di armatori, turisti e media per la Regata.

Questa riscoperta attenzione per il campo di regata imperiese ha portato a inserire nelle Vele d'Epoca di Imperia – Sailing Week anche altre prestigiose regate, come **l'Italian Open Classe Dragoni**.

Il raduno del 2021 è stato quello della ripartenza post-covid e ha permesso di dare fiducia a tutto il settore degli eventi, dello sport e del turismo garantendo un appuntamento internazionale in totale sicurezza.

L'obiettivo del 2022, sull'onda del successo dell'edizione 2021, è quello di ripartire dopo momenti di grande incertezza dovuti alla pandemia e di consolidare l'annualità nonché quello di attirare nuovi sponsor a investire sulla manifestazione e più in generale sul territorio negli anni a venire.

L'**annualità dell'evento** favorisce una maggiore conoscenza della città e dello stesso territorio tra coloro i quali seguono e partecipano ai circuiti classici e garantisce alle **pmi** e agli **operatori del**

**settore terziario** un evento di grande prestigio su cui investire per le proprie attività in maniera più continuativa e a lungo termine.

Le Vele d'Epoca, del resto, sono una manifestazione che coinvolge e integra al meglio i valori della tradizione, dello sport e della cultura di mare con il principio ispiratore di divulgare questi valori e fonderli con una città che, da sempre, fa da quinta a questa manifestazione.

I quattro giorni di Raduno e tutto il lavoro propedeutico sono da considerarsi un vero e proprio progetto di **marketing territoriale** dal momento in cui si può affermare, con certezza, che le Vele sono un **brand** da sfruttare come volano per favorire le attività imprenditoriali locali e aumentare la visibilità del nostro territorio.

E' questa capacità del raduno di coinvolgere diversi settori che permette al progetto di toccare diversi ambiti qui sintetizzati:

1. Sviluppo della Nautica da diporto e filiera;
2. Sviluppo marketing territoriale;
3. Sviluppo di relazioni istituzionali;
4. Sviluppo di topic culturali e ambientali.

## **SVILUPPO DELLA NAUTICA DA DIPORTO E FILIERA**

Il sistema nautico rappresenta per il nostro Paese uno dei segmenti dell'economia con maggiori prospettive di crescita, sia in termini di ricchezza che di occupazione.

Come ben sintetizzato nell'editoriale de *La Nautica in Cifre*, a cura di Confindustria Nautica, la rilevazione sull'andamento dell'anno nautico conclusosi al 31 agosto 2021, effettuata dall'Ufficio Studi Confindustria sulla base di un campione significativo di aziende della produzione, **registra risultati ampliamenti positivi per l'intero settore nautico.**

La stima di crescita del fatturato globale dell'industria italiana della nautica indica per l'anno solare 2021 un valore di +23,8%, con un range di variazione del  $\pm 5\%$  che determina un fatturato complessivo compreso fra 5,5 e 6,0 miliardi di euro.

Si tratta di un dato che va molto oltre il rimbalzo post lockdown registrato dall'industria italiana.

Sulla base di queste riflessioni si ritiene di poter sviluppare in sinergie con gli enti preposti, anche considerando l'**importante porto che la Città di Imperia ospita**, un progetto di sostegno allo sviluppo della filiera della nautica da diporto del territorio che potrà porre le basi per azioni future durante il Raduno.

## SVILUPPO MARKETING TERRITORIALE

La base di una efficiente strategia di marketing del territorio è quello di definire un modello equilibrato di potenziamento che mantenga integro il sistema delle risorse e che coinvolga concretamente e realmente la comunità, identificando le risorse presenti nella zona e riguardanti l'ambiente, la storia e le tradizioni culturali della comunità, il sociale, le infrastrutture con **l'obiettivo di conservare e valorizzare l'identità del luogo.**

Il pilastro, quindi, del piano di marketing territoriale si fonda sulla qualità delle risorse che trasformano l'area in un prodotto di successo al quale si attribuisce una qualificazione differente da quella di altri territori se presenta ed è in grado di offrire **elementi di unicità.**

Il Raduno delle **Vele d'Epoca di Imperia** ha queste caratteristiche perché rappresenta la storia e la cultura della nautica, dell'andar per mare di questa terra e dei suoi abitanti, rispecchia la crescita delle aziende nel settore turistico e diportistico, offre esperienze in un contesto paesaggistico di eccezionale bellezza e unicità e coinvolge i visitatori offrendo così l'occasione di sviluppare un forte senso di comunità che è alla base della fidelizzazione di clienti e turisti.

**Gli eventi a mare e a terra combinano perfettamente marketing territoriale e turismo esperienziale per una promozione efficace del territorio.**

Sebbene, infatti, rappresentino delle realtà intrinsecamente diverse tra loro, questi esempi di prodotti turistici hanno due elementi fondamentali in comune: da un lato, sono impostati come vere e proprie esperienze incentrate su una nuova modalità con cui il visitatore può conoscere le ricchezze del territorio e dall'altra pongono l'accento sull'unicità che caratterizza il territorio stesso, dandogli una vita e una luce totalmente nuova.

Il piano di attività seguirà lo sviluppo dei seguenti punti:

- fidelizzazione e aumento contatti con armatori e capitani;
- realizzazione piano comunicazione e promozione integrato (online, carta stampata, social media, sito, riviste del settore) internazionale annuale;
- Ricerca sponsor;
- Attività legate al patrimonio culturale cittadino;
- Promuovere l'evento, la città e le attività commerciali, turistiche, artigianali e del settore terziario al fine di accrescere la presenza di turisti e visitatori;
- Coinvolgere le Associazioni di Categoria per valutare azioni comuni al fine di valorizzare e sostenere attività legate non solo al settore turistico e commerciale ma anche a quello enogastronomico;
- Promuovere i temi legati al rispetto dell'ambiente;

- Proporre attraverso collaborazioni con operatori del settore e tour operator esperienze ed eventi volti a valorizzare le tipicità del territorio;
- Promuovere la possibilità agli equipaggi di stazionare nel territorio approfittando del clima favorevole e delle condizioni di vento ottimale non solo per le regate ma per gli allenamenti stessi.

## **SVILUPPO DI RELAZIONI ISTITUZIONALI**

Il Raduno ha rappresentato e rappresenta tutt'ora la migliore occasione sul territorio per incontri istituzionali importanti e strategici per il futuro del territorio.

**Tavole rotonde, meeting e attività** con istituzioni, aziende e partner internazionali potranno essere organizzati durante i giorni della manifestazione o calendarizzati per le future edizioni sia in Calata Anselmi, che ospita le imbarcazioni e gli eventi della banchina, sia nelle prestigiose sedi che la Città di Imperia può mettere a disposizione.

Le Vele d'Epoca sono un momento di incontro e scambio con le **città gemellate** - Newport RI, città che ha dato vita alla America's Cup, e Friedrichshafen, cittadina tedesca famosa per la sede dello Zeppelin - ma anche per rafforzare autorevoli collaborazioni con **club velici** quali lo Yacht Club Italiano e lo Yacht Club de Monaco.

Molto importante è il rapporto e la collaborazione con le associazioni italiane ed internazionali del mondo velico che troveranno ospitalità all'interno delle strutture del villaggio al fine di condividere **azioni incisive per lo sviluppo della vela e delle attività ad essa collegata nel territorio.**

Parteciperanno alle Vele d'Epoca rappresentanti di **AIVE** (Associazione Italiana Vele d'Epoca), **CIM** (Comitato Internazionale del Mediterraneo), **FIV** (Federazione Italiana Vela) e **VCYC** (Vintage Classic Yacht Club).

## **SVILUPPO DI TOPIC AMBIENTALI E CULTURALI E SPORTIVI**

Dato per certo che lo sviluppo del marketing territoriale si basa anche sulla cultura e sull'identità di un luogo, le Vele d'Epoca di Imperia si pongono come un contenitore di tradizioni e di innovazioni che mettono al centro l'identità del singolo proiettata nella comunità.

Ormai, **cultura è anche il rispetto dell'ambiente e la riscoperta del territorio inteso anche come paesaggio e come tutela dello stesso oltre che come materia di studi scientifici.**

Il piano di attività seguirà lo sviluppo dei seguenti punti:

- Attività legate al **patrimonio culturale cittadino** e alla sua **rete museale** con eventi a tema nelle diverse strutture: Museo Navale e Planetario (adiacente all'area della manifestazione), Villa Grock (inserito all'interno de I Grandi Giardini Italiani) e Villa Faravelli (ospitante la collezione di arte contemporanea dell'Arch. Lino Invernizzi);

- Promuovere i temi legati al rispetto dell'ambiente quali il **plastic free** e proposte che coniugano il **green e la tecnologia** come le innovative boe elettriche radiocomandate proposte dallo Yacht Club Imperia, club che collabora nell'organizzazione a mare, che non utilizzano più gli ancoraggi tradizionali ma un motore elettrico controllato da un GPS.
- **Valorizzazione dello sport velico** favorendo nuovi iscritti ai club della zona e promuovendo così la cultura dell'andare per mare oltre che l'indotto che questo genera.

## DESTINATARI

Il progetto ha numerosi e differenti target che possono essere raggiunti grazie alla grande diversificazione degli eventi proposti, dei topic trattati, degli ospiti previsti e di tutti i canali di comunicazione previsti.

I destinatari, quindi, si possono raggruppare nelle seguenti macro-categorie:

- Filiera della nautica;
- Filiera del turismo;
- Filiera del commercio;
- Filiera dell'artigianato;
- Aziende del settore food&beverage;
- Appassionati di: vela, mare, viaggi, esperienze culturali, food e tradizioni;
- Tour operator;
- Settore sportivo;
- Turisti;
- Sponsor;
- Media.

## BUDGET

Il budget dell'edizione 2022 segue gli **obiettivi a lungo termine** che la manifestazione si pone:

- rispetto e tutela dell'**ambiente**: boe elettriche, banchina plastic free, collaborazioni con enti e associazioni locali per attività collaterali volte a sensibilizzare l'attenzione verso le tematiche ambientali;
- investimenti sul settore **comunicazione e promozione**: maggiore copertura sui quotidiani nazionali e internazionali, gestione a lungo termine dei Social Network e relazioni con esperti del settore che possano fare da Brand Ambassador nel mondo della vela internazionale grazie anche alla presenza delle più importanti associazioni di riferimento alla manifestazione;

- **ricerca nuovi sponsor:** preparazione e gestione di programmi experience rivolti a ospiti VIP di partners e Istituzioni nonché l'offerta di un nuovo e rinnovato villaggio;
- incremento del numero di **iscrizioni:** pubbliche relazioni con armatori e comandanti e azioni loro dedicate e l'organizzazione del campo di regata a livello delle maggiori competizioni internazionali;
- **marketing territoriale:** eventi collaterali di altissima qualità e di attrazione, promozione delle strutture museali (l'apertura a seguito del completamento dei lavori della rete nel solo mese di luglio ha portato più di 2.000 visitatori nei musei cittadini), dei percorsi di trekking urbano, delle nuove offerte turistiche nate grazie all'apertura del primo tratto della ciclabile collaborazioni con le associazioni di categoria il settore enogastronomico.

Di seguito le **macro voci della manifestazione:**

- organizzazione a terra: € 138.423,98
- organizzazione a mare: € 85.575,26
- eventi collaterali e spettacoli: € 47.490,00
- piano di comunicazione e promozione: € 55.034,00
- ospitalità: € 16.130,00
- collaborazioni e compensi: € 25.646,60

**Totale iva incluso € 368.299,84**

Al fine di realizzare la manifestazione, siamo a richiedere un **contributo pari ad € 200.000, a copertura delle seguenti spese:**

**1) Organizzazione a terra: € 91.782**

- layout villaggio (noleggio, montaggio e smontaggio tensostrutture e arredi della lounge e della segreteria, pagode per espositori, istituzioni e partner commerciali, studio e realizzazione grafica): € 91.782;

**2) Organizzazione a mare: € 79.854**

- servizi portuali: ormeggi gratuiti per le imbarcazioni, utilizzo ad uso esclusivo della banchina, montaggio e smontaggio pontile galleggiante, servizio di assistenza ormeggiatori e attività subacquee: € 61.000;
- organizzazione regata: posizionamento boe, servizio giuria e contestazioni post regata, assistenza gommoni, sicurezza in mare: € 18.854.

### **3) Piano di Comunicazione e promozione: € 55.034**

- produzione di foto & video per contenuti del piano di comunicazione e promozione: € 7.560;
- realizzazione grafica e immagine coordinata: € 3.120;
- campagna social media e ufficio stampa: € 7.930;
- campagna su carta stampata nazionale: € 14.279
- rassegna stampa: € 915
- pubblicità su canali e televisioni: € 13.660;
- PR- ufficio stampa: € 6.100;
- campagna social media: € 8.500;

Le voci si intendono IVA inclusa. Il presente budget, pur essendo stato redatto secondo principi di prudenza e sulla base di sopralluoghi e preventivi, potrebbe a consuntivo subire delle parziali modifiche causa eventuali imprevisti.