



## SCHEDA PROGETTO

<b>TITOLO PROGETTO</b>	<b>TREK&amp;KIDS, <i>Itinerari naturalistici a misura di trekker e famiglie con bambini</i></b>
<b>Comuni (Province)</b>	Nicosia, Piazza Armerina (EN), Gioiosa Marea, Longi, Mistretta, Tortorici, Tusa, Reitano (ME), Campofiorito, Palermo, Petralia Sottana, S. Cristina Gela (PA), Modica, Ragusa (RG), Alcamo, Buseto Palizzolo, San Vito lo Capo (TP)
<b>Tipologia e Numero Partner Aderenti</b>	Imprese ricettive e del F&B (17), associazioni (4), pro-loco (2)
<b>Partner Associati (Se Si, Specificare Numero e Tipologia)</b>	SI. 30 organizzazioni (imprese ricettive e del F&B, associazioni sportive, pro-loco e negozi di attrezzature ed abbigliamento specializzato)
<b>Sintesi progettuale</b>	<p>L'iniziativa progettuale è articolata in 3 fasi.</p> <p>Nella prima fase si realizzeranno le ricerche di marketing (domanda ed offerta), nonché la progettazione e l'applicazione di una specifica innovativa APP che supporterà la realizzazione di tutte le attività di progetto (ricerca, mappatura percorsi, costruzione itinerari, promo-commercializzazione).</p> <p>La seconda fase riguarderà invece la costruzione del "prodotto", con azioni volte sia alla concreta fruibilità degli itinerari individuati, sia a migliorare la qualità dell'accoglienza e dei servizi al trekker e alle famiglie con bambini. Si prevede pertanto: a) la gestione dei contenuti della soluzione IT finalizzata ad una effettiva fruibilità degli itinerari; b) la realizzazione di interventi micro aziendali per ampliare/migliorare le dotazioni aziendali; c) seminari di marketing rivolti al management e al personale delle imprese aderenti al progetto; d) azioni di assistenza tecnica volti alla definizione di standard di servizio e disciplinari di qualità per i rispettivi target; e) la progettazione, realizzazione ed implementazione di un Marchio di Prodotto regionale per la promozione dei due prodotti; f) la progettazione ed implementazione di nuovi pacchetti turistici .</p> <p>Nella terza fase, sono previste le azioni necessarie a dare adeguata visibilità ai nuovi itinerari e alle proposte di viaggio promosse dal Marchio di prodotto. Si prevede pertanto, oltre l'implementazione dell'APP sul fronte della promo-commercializzazione: a) la progettazione dell'immagine coordinata; b) la produzione di materiale di promo-comunicazione e merchandising personalizzato ; d) l'organizzazione e la realizzazione di Study e Press Tour; e) attività pubblicitarie volte alla commercializzazione delle organizzazioni e dei pacchetti della nuova Rete.</p>