

**CARTELLA STAMPA**

di

EXPLORA

EXPLORA

EXPO  
MILANO 2015

## **0. INDICE**

<b>1. EXPO 2015: UNA GRANDE SFIDA PER IL TURISMO ITALIANO</b>	<b>pag. 3</b>
<b>2. PERCHÉ NASCE EXPLORA</b>	<b>pag. 3</b>
<b>3. LA SUA IDENTITÀ</b>	<b>pag. 3</b>
<b>4. MISSION</b>	<b>pag. 4</b>
<b>5. APPROCCIO</b>	<b>pag. 4</b>
<b>6. ELEMENTI DISTINTIVI</b>	<b>pag. 4</b>
<b>7. A CHI SI RIVOLGE</b>	<b>pag. 5</b>
<b>8. OBIETTIVI</b>	<b>pag. 5</b>
<b>9. I BENEFICI GENERATI</b>	<b>pag. 5</b>
<b>10. COME OPERA:</b>	
<b>I. DESTINATION MANAGEMENT</b>	<b>pag. 5</b>
<b>II. DESTINATION MARKETING</b>	<b>pag. 6</b>
<b>11. I CLUB DI PRODOTTO- UNO STRUMENTO POMOCOMMERCIALE</b>	<b>pag. 7</b>
<b>12. IL PORTALE WEB – WONDERFUL EXPO 2015</b>	<b>pag. 7</b>
<b>13. CONTATTI</b>	<b>pag. 7</b>

## 1. EXPO 2015: UNA GRANDE SFIDA PER IL TURISMO ITALIANO

Dal 1 Maggio al 31 Ottobre 2015, a Milano, si terrà l'Esposizione Universale dal tema "Nutrire il Pianeta, Energia per la vita".

Dal punto di vista turistico, l'Esposizione Universale del 2015 è una grande opportunità per Milano, la Lombardia e i territori limitrofi, non solo per i flussi turistici che ne possono derivare, ma anche per conseguire un miglior posizionamento sul mercato internazionale e per incrementare l'attrattività complessiva dell'intera Lombardia.

Si attendono, infatti, oltre 21 milioni di visitatori, 1 miliardo di visitatori virtuali (via web) e sono ad oggi 147 i Partecipanti ufficiali.

Con un'adeguata gestione e visione strategica, l'Expo è anche un'opportunità per creare una Legacy post 2015 che operi in chiave turistica, seguendo i modelli che hanno permesso ad altre città e regioni, a partire da un grande evento, di posizionarsi come destinazioni turistiche vincenti.

## 2. PERCHÉ NASCE EXPLORA

Explora S.C.p.A nasce nella prospettiva di **valorizzare al meglio l'evento Expo Milano 2015** e di **contribuire all'ulteriore sviluppo del sistema del turismo**, trasformandolo ancora di più in uno dei motori dello sviluppo economico del territorio. I suoi **soci fondatori** sono:

- **Camera di Commercio di Milano**, con il 45% di quote azionarie.
- **Expo 2015 S.p.A.**, con il 20% di quote azionarie.
- **Regione Lombardia**, attraverso Finlombarda, con il 20% di quote azionarie.
- **Unioncamere Lombardia**, con il 15% di quote azionarie.

Il suo **obiettivo strategico** è **l'incremento della competitività ed attrattività turistica** dell'intera area **milanese-lombarda**, in **raccordo con il sistema delle altre Regioni** (rispetto alle quali sviluppa accordi di partnership), affinché le imprese e l'intero sistema turistico ne abbiano un **ritorno in ottica di business**.

## 3. LA SUA IDENTITÀ

Explora è la **Destination Management Organization** (DMO) ufficiale di Expo 2015, ovvero la Public Marketing Company che ha come attività primaria la promozione e la promo-commercializzazione delle destinazioni e dell'offerta turistica.

Basata su un **modello di turismo di motivazione**, si pone come obiettivo finale lo sviluppo dell'intera offerta turistica della Lombardia e delle altre destinazioni Expo 2015 in ottica di mercato, attraverso la costruzione di una rete di collaborazioni fra gli operatori turistici, le Istituzioni e le Associazioni di Categoria.

In sostanza, Explora è uno **strumento al servizio delle imprese e dei territori**, un modello avanzato di quello che in altri paesi corrisponde alla figura del Convention & Visitors Bureau.

Explora rappresenta dunque un **facilitatore del business degli operatori turistici**, che organizza e aggrega le risorse (del commercio, del turismo e della cultura) secondo la prospettiva dell'esperienza turistica, supportando in questo modo le imprese nel fare sistema, e promuovendo sul mercato un'offerta coerente con i bisogni della domanda. In questo quadro, Explora si propone di realizzare un **modello di sviluppo collettivo del sistema turistico**.

#### 4. MISSION

**Progettare, valorizzare e promo-commercializzare l'offerta del sistema turistico (e del suo indotto) di Milano, della Lombardia e delle altre destinazioni Expo 2015, organizzando l'offerta secondo le dimensioni della motivazione e dell'esperienza turistica.**

In questa prospettiva, Explora approccia e gestirà le attività connesse all'evento **Expo 2015 come un'opportunità** e non come un fine, creando e promuovendo un'offerta integrata tra l'evento stesso e gli operatori turistici (e non), sviluppando e supportando la costituzione di un adeguato sistema di reti di collaborazione tra gli operatori del settore.

#### 5. APPROCCIO

**Dal punto di vista dell'offerta**, Explora utilizza un approccio di *partnership*: collabora con gli attori locali del sistema turistico, fornendo loro coordinamento strategico e servizi, con l'obiettivo comune di creare i prodotti-destinazione e un'offerta tematizzata che risponda ai trend della domanda di mercato. In questo senso, è uno strumento al loro servizio.

**Dal punto di vista della domanda**, Explora utilizza un approccio *customer oriented*: fornisce soluzioni rapide e coerenti con le richieste di mercato, a partire dalle proposte che gli operatori turistici locali offrono e possono sviluppare, informando e seducendo il potenziale turista affinché scelga Milano e le destinazioni Expo 2015.

#### 6. ELEMENTI DISTINTIVI

Explora è l'elemento di **raccordo fra i soggetti del sistema turistico**. Grazie alla sua capacità di leggere le evoluzioni del settore, aiuta e supporta le imprese nel posizionarsi correttamente sul mercato e nell'intercettare la domanda.

Explora è anche **l'agente promotore delle proposte degli operatori turistici locali**, che promuove nei diversi mercati obiettivi.

Ma Explora è anche **innovazione**: insieme agli operatori crea nuovi prodotti-destinazioni e utilizza strumenti di comunicazione moderni per comunicare l'offerta al potenziale turista.

**L'online** rappresenta il **canale di comunicazione principale**: attraverso il Web, Explora dà visibilità all'offerta turistica e fornisce un'informazione completa sulle proposte e sui servizi al cliente finale, ma al contempo crea *reputation* e favorisce la condivisione utilizzando il Social Media Marketing (tenendo conto delle specificità dei Paesi target).

Le destinazioni turistiche non sono più soltanto quello che raccontano di se stesse in prima persona, ma sono anche quello che la domanda e i turisti raccontano, suggeriscono e raccomandano.

Il ruolo di Explora, quindi, è anche quello di essere un generatore di *buzz*, ovvero di creare la conversazione, far parlare il mercato, la rete di Expo e le diverse destinazioni e prodotti turistici.

## 7. A CHI SI RIVOLGE

Le attività di Explora ha come principali beneficiari:

- **Soggetti istituzionali del territorio:** quali Camere di Commercio, Comuni e Regione, con l'obiettivo di valorizzare la relativa offerta turistica.
- **Imprese del turismo:** quali Tour Operator, Agenzie di Viaggi, Hotel, Ristoranti, Fornitori di servizi turistici e complementari. Con loro Explora lavora per strutturare un'offerta turistica attrattiva e competitiva da comunicare e promuovere sul mercato.

## 8. OBIETTIVI

Explora opera con e per il sistema turistico, per il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- Migliorare il livello di qualità complessiva e incrementare il valore aggiunto dell'offerta turistica di Milano, della Lombardia e dei territori circostanti.
- Assicurare una *Legacy* post Expo 2015 all'intero Sistema Turistico.
- Promuovere e valorizzare il territorio, attraverso la trasformazione delle risorse e delle attrattive turistiche in *asset* strategici, in grado di conferire valore differenziale alla destinazione.
- Strutturare ed organizzare, insieme agli operatori, le proposte ed i prodotti in ottica di mercato, per costruire il prodotto-destinazione basato sull'esperienza.
- Distribuire e promo-commercializzare i prodotti e servizi turistici di imprese ed enti pubblici e privati, creando anche tipologie di turismo diverse, per incrementare la permanenza media del cliente finale, l'indice di ripetizione e dunque il business su tutto il territorio.
- Promuovere le attività turistiche, in particolare, in questa prima fase, quelle legate all'evento Expo 2015.

## 9. I BENEFICI GENERATI

Per le destinazioni:

- Costruzione della Brand Identity.
- Maggior accessibilità al mercato.
- Incremento dell'attrattività della loro offerta.

Per la domanda turistica:

- Facilita l'accesso all'informazione sulle destinazioni.
- Facilita la conoscenza delle proposte degli operatori e delle aziende turistiche al potenziale turista.
- Fornisce un'informazione obiettiva e completa.

## 10. COME OPERA:

### I. DESTINATION MANAGEMENT

Explora si occupa da un lato di **stimolare la crescita del turismo in Lombardia e nelle altre destinazioni Expo 2015**, utilizzando l'Expo 2015 come evento catalizzatore, dall'altro di **gestire** questa stessa auspicabile **crescita**.

I temi per lo sviluppo organizzato del sistema sono pertanto:

- Accoglienza: lavorando con i soggetti che ne sono responsabili, per generare servizi efficienti e di qualità.
- Sviluppo del settore turistico: lavorando con il settore per incrementare la redditività dei risultati.
- Collaborazione e coordinamento fra gli stakeholder del Turismo.

## II. DESTINATION MARKETING

Per **mettere in contatto la domanda con l'offerta** e raggiungere gli obiettivi strategici fissati, Explora opera negli ambiti di:

### A) Product Development

Basandosi su una filosofia di Partnership, Explora fornisce **consulenza e supporto agli operatori locali e al territorio**, attraverso le C.C.I.A.A.

Si propone, inoltre, **come partner del trade nazionale, per individuare congiuntamente l'offerta turistica da creare e promuovere**, e come **supporto per gli operatori turistici internazionali**.

Con loro Explora collabora per mettere in contatto l'offerta degli operatori lombardi con i tour operator e gli operatori internazionali di *outgoing*, **affinché includano Milano, la Lombardia e le altre destinazioni Expo 2015 nelle loro proposte**, dando anche nuovi suggerimenti e proponendo nuovi approcci ai tour operator che già trattano la destinazione.

### B) Marketing e Comunicazione

Explora applica una **strategia di Marketing basata principalmente sull'online** e fondata su 4 pilastri:

- **Promozione:** orientata al cliente finale e finalizzata ad incrementarne l'awareness relativa all'evento Expo2015, a Milano, Lombardia e alle altre destinazioni Expo2015.
- **Web Marketing e Social Media Marketing:** finalizzato ad incrementare la visibilità dell'offerta turistica di Milano, della Lombardia e delle destinazioni Expo2015, così come l'awareness, ma al contempo alla creazione sui social media della conversazione intorno all'evento Expo e alle destinazioni legate ad esso.
- **Comunicazione:** finalizzata all'integrazione dei media online e offline, ma anche a incrementare la visibilità e la conoscenza di Milano, della Lombardia e dell'Expo nel mercato turistico.
- **Supporto al Trade:** Explora è il partner del Trade e lo supporta per aiutarlo a vendere meglio l'evento Expo e la destinazione, anche mediante azioni di co-marketing e attività di formazione dei venditori.

### C) Promo-Commercializzazione

La promo-commercializzazione è intesa come **integrazione fra la promozione della destinazione e il prodotto turistico. Non implica la commercializzazione né l'intermediazione**, bensì l'evoluzione della promozione stessa in ottica di mercato. In sostanza, si tratta di proporre al turista Milano, la Lombardia e le altre destinazioni Expo 2015 con proposte segmentate, mirate e soprattutto che rispondano a quello che il turista realmente ricerca e a cui è interessato.

Oggi, infatti, è impensabile promuovere la destinazione turistica prescindendo dalle offerte che gli operatori lanciano sul mercato. Per emergere nel mercato la destinazione ha bisogno di visibilità, in modo da essere facilmente localizzata dal cliente.

Ma la vera sfida della promo-commercializzazione a cui Explora deve rispondere non è quella di comunicare informazioni turistiche generiche bensì, al contrario, proposte specifiche, mirate, esperienziali e soprattutto motivazionali, che gli operatori e i territori dovranno sviluppare.

Explora si occupa quindi di:

- Facilitare il contatto fra la domanda e l'offerta.
- Offrire agli operatori una finestra in più per la commercializzazione, senza intermediazione, però, da parte di Explora.

## 11. I CLUB DI PRODOTTO – UNO STRUMENTO PROMOCOMMERCIALE

Per promuovere efficacemente l'offerta turistica, Explora ha creato i **"Club di Prodotto"**, uno strumento di promo-commercializzazione innovativo e fortemente competitivo volto alla selezione di operatori con caratteristiche specifiche e all'incremento della loro visibilità sul mercato.

Progettati e definiti con tecniche volte ad ottimizzare il loro posizionamento sui motori di ricerca e alla loro visibilità in internet, i **"Club di Prodotto"** si distinguono per gli standard richiesti e hanno un portale a loro dedicato.

## 12. IL PORTALE WEB – WONDERFUL EXPO 2015

Oggi, la maggior parte dei turisti cerca l'ispirazione e l'informazione su internet, per questo motivo il Web rappresenta il principale strumento di azione di Explora.

Explora ha realizzato il sito [Wonderfulexpo2015.info](http://Wonderfulexpo2015.info) (disponibile sia **B2B che B2C**), strumento che raggruppa l'offerta turistica dei territori attorno ad Expo 2015 in modo innovativo, trasparente e concreto, secondo temi ben precisi come arte e cultura, benessere, eno-gastronomia e shopping, solo per citarne alcuni.

Questo **portale** fungendo da **luogo di incontro tra le destinazioni e i fornitori di servizi turistici e complementari, e la domanda turistica**, è una vera e propria vetrina dove i turisti possono trovare tutto quello che la Milano e le altre destinazioni Expo insieme ai loro operatori offrono.

Il portale rappresenta un marketplace dedicato, **con contenuti altamente attrattivi**, in grado di richiamare l'attenzione, suscitare la curiosità e sedurre il potenziale utente, oltre che informarlo.

In esso, infatti, il cliente finale può consultare in tempo reale le **offerte**, i **prezzi** e le **disponibilità** per i prodotti desiderati (organizzati secondo la prospettiva dell'esperienza di viaggio).

Infine, saranno parte integrante del portale apps, guide e pianificatori online, che aiuteranno l'utente nella programmazione della propria esperienza, facilitandone la fruizione e consentendogli di effettuare prenotazioni.

**Per informazioni:**

[www.exploratourism.it](http://www.exploratourism.it)

[twitter.com/exploratourism](https://twitter.com/exploratourism)

[www.wonderfulexpo2015.info](http://www.wonderfulexpo2015.info)

## 13. CONTATTI

**Press Relations**

Alicia Iglesias [Alicia.iglesias@exploratourism.it](mailto:Alicia.iglesias@exploratourism.it)

Beatrice Rolla [beatrice.rolla@exploratourism.it](mailto:beatrice.rolla@exploratourism.it)

Tel. +39 02 7262841

Mobile: +39 335 8442988