



PROGRAMMA DI SVILUPPO TURISTICO

ALLEGATO 2: PRINCIPALI FLUSSI TURISTICI ANALIZZATI CON GLI OPERATORI

AOSTA, 28 SETTEMBRE 2023

PRINCIPALI FLUSSI EMERSI NEL CONFRONTO CON GLI OPERATORI



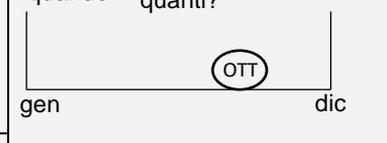
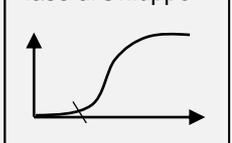


| | | | | | |
|--|--|--|---|--|-----------------------------|
| Nome flusso: chi/ da dove/ profilo? Uscita complessi Medievali (S. Orso e Cattedrale) Italiani (prossimità: tutto l'anno, altre regioni: durante le vacanze) Nazioni confinanti (Francia e Svizzera) | | cosa/ quanto \$? S. Orso: 2€ e 7€ se visita guidata Cattedrale: 5€ visita con volontari Le chiese sono a ingresso libero | | quando? quanti? | fase di sviluppo |
| testa/e di sistema Curia (ass. volontari) Guide turistiche | influenzatori di domanda Office tourisme Lovevda.it Guida cartacea località (lonely, michelin, ecc) Internet e social | cosa va bene? 1. siti fruibili quotidianamente 2. visite approfondite e in lingua 3. costi non eccessivi | sfide? 1. migliorare la segnaletica 2. bookshop 3. rendere visite in cattedrale più fruibili (ora solo sabato e domenica) 4. Organizzare eventi sui siti | soluzioni? 1. rendere la segnaletica dei siti turistici più chiara ed omogenea 2. ampliare l'offerta turistica con bookshop e gadget 3. per cattedrale pensare a sistemi di autoguida se non si riesce ad aumentare il numero dei volontari 4. a S. Orso le visite sono gestite da un'associazione di guide turistiche in cattedrale sono gestite da un'associazione di volontari, quindi si possono fare solo in alcuni momenti (normalmente sab e dom) 5. si visitano in autonomia le due chiese, con le associazioni alcuni siti particolari collegati (chiostro, affreschi XI sec, cappella priorato a S. Orso) in cattedrale affreschi XI sec e museo (con volontari) | |



| | | | | | |
|--|--|--|--|--|------------------|
| Nome flusso: | | chi/ da dove/ profilo? | cosa/ quanto \$? | quando? quanti? | fase di sviluppo |
| Culturale Leisure | Individuale, gruppi Prevalenza italiano * regioni limitrofe Età over 45 La cultura è solo un elemento della scelta della località | Gruppo ≠ individuale Capacità ≠ Capacità \$ | <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>Gruppi: prim, est, aut Ind: annuale</p> <p>gen dic</p> </div> | | |
| testa/e di sistema | influenzatori di domanda | cosa va bene? | sfide? | soluzioni? | |
| Gestori dei siti culturali - Guide turistiche | Guide turistiche Albergatori ADV / TO | Offerta culturale in aumento | Nuovi park bus zona ovest - Riequilibrare i flussi - Approfondire narrazioni su alcuni siti culturali | - Proposta di comunicazione esclusivamente sui siti culturali - Maggiore sinergia tra operatori e gestori di beni culturali | |



| | | | | |
|---------------------------------------|--|---|---|--|
| Nome flusso: Mezza maratona | chi/ da dove/ profilo? <ul style="list-style-type: none"> - Atleti italiani - Famiglie | cosa/ quanto \$? <ul style="list-style-type: none"> - Gara competitiva - Corsa amatoriale - Camminata turistica - €100,00 / €150,00 | quando? quanti?  | fase di sviluppo  |
|---------------------------------------|--|---|---|--|

| |
|--|
| testa/e di sistema <ul style="list-style-type: none"> - Comune di Aosta (logistica) - Sponsor privati - Federazione sportiva - Collaborazione concerti - Territoriali (Chambie, fondazione Ollignan, guide turistiche ecc) - Cogne acciai speciali |
|--|

| |
|--|
| influenzatori di domanda <ul style="list-style-type: none"> - Percorso di gara in città storica - Calendario federale - Social – sito |
|--|

| |
|--|
| cosa va bene? <ul style="list-style-type: none"> - Modello organizzativo - Sinergie (tra) - Trasversalità offerta di attività |
|--|

| |
|---|
| sfide? <ul style="list-style-type: none"> - Aumentare numero iscritti - Ampliare ulteriormente collaborazioni (Permettere) verso l'estero |
|---|

| |
|---|
| soluzioni? <ul style="list-style-type: none"> - Maggior visibilità della programmazione degli eventi |
|---|

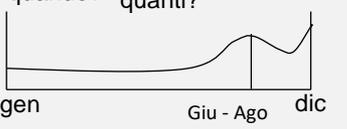


| | | | | | |
|---|---|---|---|--|--------------------------------|
| <p>Nome flusso: Fiera S. Orso (solo 30 e 31 gennaio – tranne nel 2022)</p> | | <p>chi/ da dove/ profilo? Quando le date sono nel weekend circa 300M persone (gruppi / famiglie) Italiani (regioni di prossimità) Francesi / svizzeri – in misura minore altri stati</p> | <p>cosa/ quanto \$?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il viaggio fino ad Aosta - Pranzo (20/25€) - Un acquisto (dipende da cosa) - Pernottamento (70/80€ a persona) | <p>quando? quanti?</p> <p>gen 30 e 31 gennaio dic</p> | <p>fase di sviluppo</p> |
| <p>testa/e di sistema Comune Aosta Ass.to regionale Att. Pr. Artigiani</p> | <p>influenzatori di domanda Ostile / Loveuda www.saintours.it ass.to att. Produttive Comune Agenzia viaggi Passaparola</p> | <p>cosa va bene? Percepita come autentica Ben organizzata Il contatto diretto con gli artigiani</p> | <p>sfide?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Riuscire a rendere il lavoro artigianale fruibile più a lungo (visite negli atelier) - Creare eventi che lancino la fiera - Parcheggi lato nord - svizzeri | <p>soluzioni?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dare spazi permanenti per vedere il lavoro artigianale (potenziare le boutique, laboratori anche per adulti, ecc) | <p>6</p> |



| | | | | |
|---|---|---|--|--|
| <p>Nome flusso: Mercatini di Natale</p> | <p>chi/ da dove/ profilo? 1: Italia – gruppi precostituiti (autobus) + famiglie (treno / auto) 2: Svizzera: vallese e vaud – singoli 3: Francia: savoia – singoli</p> | <p>cosa/ quanto \$? - Visita ai mercatini abbinata alla visita della città - Pranzo + acquisti - Stranieri: 50-80€ - Italiani: 30-40€</p> | <p>quando? quanti?</p> | <p>fase di sviluppo</p> |
| <p>testa/e di sistema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comune di Aosta - Soprintendenza ai beni culturali - Operatori commerciali | <p>influenzatori di domanda</p> <ul style="list-style-type: none"> - Office / Lovevda - Conf. Commercio - Social | <p>cosa va bene?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organizzazione mercatini all'interno dell'area del teatro romano - Lunghezza del periodo del mercatino - Allestimento confcommercio - In giro per la città | <p>sfide?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proporre attività collaterali per mantenere alto l'interesse - Rendere attraenti e interessanti gli stand con articoli da mercatino - Valorizzare i prodotti tipici con possibilità di consumo - Proporre attività per i bambini | <p>soluzioni?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evitare gli stand internazionali (tipo CVA) che non interessano i visitatori - Proporre posti per mangiare all'interno del mercato (vedi mercatini svizzeri) – street food - Degustazioni prodotti tipici <p style="text-align: right;">7</p> |



| | | | | |
|--|--|---|---|---|
| <p>Nome flusso: Turismo culturale (Aosta romana e medievale e area metropolitana)</p> | <p>chi/ da dove/ profilo?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gruppi precostituiti - Scolaresche - Singoli – coppie e famiglie | <p>cosa/ quanto \$?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Italia - Europa - Altro | <p>quando? quanti?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visita Aosta in giornata o weekend – compresa area metropolitana - Pranzo in centro - Acquisti - 50€ + eventuale notte e cena | <p>fase di sviluppo</p>  |
|--|--|---|---|---|

| |
|---|
| <p>testa/e di sistema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soprintendenza ai beni culturali |
|---|

| |
|--|
| <p>influenzatori di domanda</p> <ul style="list-style-type: none"> - Office / Lovevda - Tour operator - Social |
|--|

| |
|--|
| <p>cosa va bene?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Offerta culturale - Visita guidate - Centro pedonale concentrato - Prodotti tipici di qualità - Biglietto unico (Aosta romana + area ?) |
|--|

| |
|---|
| <p>sfide?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informare sulle zone a traffico limitato per stranieri - Migliorare e ampliare siti di visita (aperture serali, orari continuati anche in bassa stagione) - Infrastrutture: bagni, parcheggi, autobus - bookshop |
|---|

| |
|---|
| <p>soluzioni?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ampliare gli orari di visita - Migliorare segnaletica - Realizzare bagni pubblici e spazi per pranzo al sacco |
|---|



| | | | | |
|---|---|---|------------------------|-------------------------|
| <p>Nome flusso: CITY BREAK</p> | <p>chi/ da dove/ profilo?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 50% ITA → giovani alla scoperta della città - 50% estero | <p>cosa/ quanto \$?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Shopping - Ricerca tipicità eno/gastronomia - Capacità di spesa medie | <p>quando? quanti?</p> | <p>fase di sviluppo</p> |
|---|---|---|------------------------|-------------------------|

| |
|---|
| <p>testa/e di sistema</p> <p>Negozi Centro città</p> |
|---|

| |
|--|
| <p>influenzatori di domanda</p> <ul style="list-style-type: none"> - Passaparola - Comunicazione territoriale |
|--|

| |
|---|
| <p>cosa va bene?</p> <ul style="list-style-type: none"> - La città piace, stupisce per la sua varietà di offerta |
|---|

| |
|---|
| <p>sfide?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creare osmosi tra zona universitaria e piazza Roncas (Parco cittadino) per eventi, sport, ecc - Mobilità sostenibile |
|---|

| |
|--|
| <p>soluzioni?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Collegamento Pila / Aosta - Passerella pedonale dal centro all'area sud |
|--|



| | | | | |
|---|---|---|------------------------|---|
| Nome flusso: Domanda attività Fine pm / preserale o serale | chi/ da dove/ profilo? Turisti della ? E dintorni (es: Pila) impegnati nel resto della giornata in attività strutturate (business, sport, ecc) Italiani – stranieri Profili diversificati | cosa/ quanto \$? - Attività culturali - Attività enogastronomiche - Attività ricreative (animazione kids, spettacoli, ecc) | quando? quanti? | fase di sviluppo  |
| | | | DIC – APR GIU– SETT | |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| testa/e di sistema - Gestori beni culturali - Office du tourisme - Gestori trasporti | influenzatori di domanda - Office du tourisme - Albergatori - Ass.to tur - Operatori vari | cosa va bene? - Office du tourisme - Albergatori - Ass.to tur - Operatori vari | sfide? - Prolungamento offerta culturale in orario preserale – serale - Attività a tema per target specifico | soluzioni? - Potenziamento dedicato per la mobilità nella plaine |
|--|--|--|--|---|



| | | | | | |
|---|--|---|--|---|-------------------------|
| Nome flusso: Sci alpinismo | | chi/ da dove/ profilo? <ul style="list-style-type: none"> - Atleti regionali - Atleti nazionali - Atleti internazionali - Staff | cosa/ quanto \$? <ul style="list-style-type: none"> - Allenamento - Costo stagionale 1000-1500€ - Costo 150€ al giorno x n21 e intern | quando? quanti? <p>gen Marzo / aprile dic</p> | fase di sviluppo |
| testa/e di sistema Sciclub e squadre Pila spa | influenzatori di domanda ASIVA – FISU Allenatori locali che lavorano con fed. Esteri Passaparola | cosa va bene? <ul style="list-style-type: none"> - Cabinovia - Piste dedicate e preparate ad allenamenti specifici - Ambiente tecnico e familiare | sfide? <ul style="list-style-type: none"> - Ampliamento del demaine skiabile - Adeguamento ed implementazioni impianti - Implementazioni delle attività per gli snowborder | soluzioni? <ul style="list-style-type: none"> - Attuare i lavori in progetto - Ampliare gli spazi dedicati alla attività agonistica degli snowborder | 12 |



| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| <p>Nome flusso:</p> <p>Castelli della Plaine (Ténis, Sarre, Aymaville, St. Pierre, adesso un castello sarriod, a breve due, St. Pierre</p> | <p>chi/ da dove/ profilo?</p> <p>Italiani - famiglie, coppie, scuole, gruppi adulti Nazioni prossimità (Francia, Svizzera, altre)</p> | <p>cosa/ quanto \$?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3€ Sarriod - 5€ Sarre - 7€ Ténis - ?€ Aymaville | <p>quando? quanti?</p> | <p>fase di sviluppo</p> |
| <p>testa/e di sistema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soprintendenza - Guide turistiche - Società di servizi spa (gestisce il personale) | <p>influenzatori di domanda</p> <p>Offices / Loveuda.it Internet T.O. Agenzie viaggi Passaparola</p> | <p>cosa va bene?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Siti 'realmente' medievali - Aymavilles ben ristrutturato e completo | <p>sfide?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ampliare orari - Bookshop - Gadget - Audioguide anche per stranieri | <p>soluzioni?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Renderli maggiormente fruibili (aperture serali) - Dotarli di servizi (bookshop, gadget) - Audioguide - Aumentare i parcheggi e gli autobus che ci arrivano |



| | | | | | |
|--|---|--|---|---|-----------------------------|
| Nome flusso: Bike estivo DH/ EBIKE / XC | | chi/ da dove/ profilo? Stranieri DM → camper → giovani / gruppi: mezzo proprio Italiani DM / EBIKE → ?, enogastronomia, cultura → famiglia mezzo proprio + transfer alternativi | cosa/ quanto \$? ≈ 50 (bikepark + noleggio) | quando? quanti? Giugno / settembre - gen _____ dic | fase di sviluppo |
| testa/e di sistema Impianti di risalita Pila (anche per noleggi) | influenzatori di domanda - Competizioni internazionali - Passaparola | cosa va bene? - Vicinanza di Pila con la città di Aosta e comodità del servizio (telecabina) - Competizioni internazionali che attirano - Tecnicità piste | sfide? - Trasporto autonomo dopo le 17 - Trasporto → omologazione per portabici - Problema operativo cui carica le bici | soluzioni? - Potenziare trasporto dopo le 17 tra Aosta e Pila | |

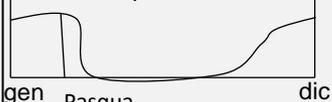


| | | | | | |
|---|---|--|--|---|-----------------------------|
| Nome flusso: Capodanno Pila | | chi/ da dove/ profilo? Italiani Inglesi | cosa/ quanto \$? Fiaccolata molto suggestiva (100 maestri) Fuochi d'artificio | quando? quanti? 300 persone 30 dic | fase di sviluppo |
| testa/e di sistema Impianti Maestri e scuole | influenzatori di domanda Passaparola Sito della Pila | cosa va bene? Molto suggestivo | sfide? - Migliorare comunicazione - Aumentare visibilità | soluzioni? | |



| | | | | |
|---|--|---|--|-------------------------|
| <p>Nome flusso: Sci alpinismo</p> | <p>chi/ da dove/ profilo?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ragazzi - Piccoli gruppi - Valdostani e Francesi | <p>cosa/ quanto \$?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arrivano in macchina o con telecabina - Raggiungono le vette che interessano | <p>quando? quanti?</p> | <p>fase di sviluppo</p> |
| <p>testa/e di sistema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rifugi montani - Telecabina - Ristoranti sulle piste | <p>influenzatori di domanda</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gulliver - Passaparola | <p>cosa va bene?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bellezza della conca - Zona riparata - Bei percorsi | <p>sfide?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organizzare gare - Maggiore visibilità ai percorsi (segnaletica) - Comunicazione dell'ambito | <p>soluzioni?</p> |



| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| <p>Nome flusso: Sci di discesa a Pila</p> | <p>chi/ da dove/ profilo? Italiani 70% tour operatore Inglesì leisure Altro (Europa) Belgi Svedesi → stanno ad Aosta)</p> | <p>cosa/ quanto \$? ITA → 130 - 180 Dormono ad Aosta e Pila Si spostano in auto e pullman (dormono ad Aosta perché c'è più intrattenimento) Chi dorme a Pila sono inglese</p> | <p>quando? quanti?  gen Pasqua dic</p> | <p>fase di sviluppo </p> |
| <p>testa/e di sistema</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impianti di risalita - Maestri | <p>influenzatori di domanda</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interski (ragazzi) - Carol - Cristal | <p>cosa va bene?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cabinovia comoda ad Aosta - Stazione ben strutturata e tenuta bene - Molto orientata alle famiglie - Insegnamento ai disabili | <p>sfide?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mobilità condivisa verso gli impianti - Prodotti sinergici → visite notturne - Dialogo tra città e Pila - Ski safari tra tutte le destinazioni sciistiche limitrofe - Mono prodotto | <p>soluzioni?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aperture serali impianti - Migliorare il collegamento città – montagna - Azioni di brand Pila – Aosta - Messa in rete tutte le attrattività della città con l'offerta di Pila - Diversificazione del prodotto: ciaspole, ecc |