



# Escape2

## Nombre de la empresa

Meridaunia

VisitMontiDauni

## Email

turismo@meridaunia.it

## País

Italia

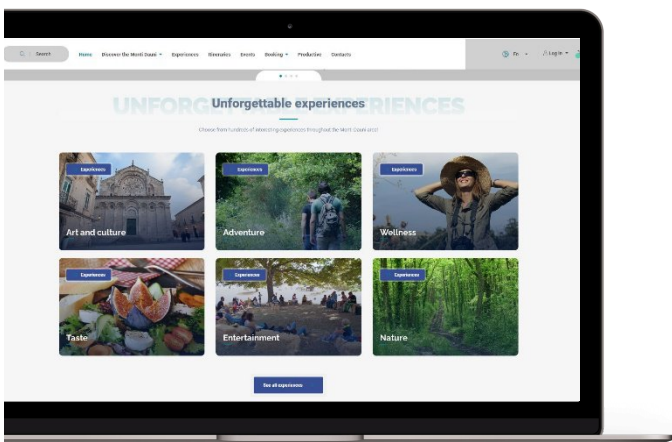
Ejemplo italiano de cómo  
estimular la demanda



“**Monti Dauni Integrated Tourist Services**” es el proyecto destinado a la **implantación del sistema local** creado por Meridaunia.

Se trata de un proyecto complejo que pretende **calificar, agregar y mejorar la oferta turística** a través de:

- la implantación de servicios de **turismo rural, medioambiental, y experiencial**
- la **mejora del potencial competitivo** de la zona
- la **mejora del conocimiento y la reputación** de la marca Monti Dauni, dentro de la marca Puglia
- el **desarrollo de una economía turística local** con una oferta basada en formas innovadoras y sostenibles de valorización y gestión del patrimonio histórico-cultural y naturalístico-ambiental.





# Monti Dauni: la Puglia que te espera



## ¿CÓMO ES DE **INNOVADOR** SU PRODUCTO O SERVICIO? ¿QUÉ VACÍO CUBRE EN EL MERCADO?



El proyecto es innovador por su alcance y las acciones realizadas:

- censo de operadores turísticos;
- taller de información para operadores;
- creación de un sistema único de reserva de servicios (página web y app integrada "visimontidauni");
- narración del destino a través de textos, fotos y vídeos;
- promoción de alojamientos, restaurantes, atracciones y operadores turísticos;
- delimitación de experiencias y paquetes turísticos;
- comunicación del destino a través de los medios tradicionales (prensa, radio,

- televisión) y las redes sociales;
- campañas de marketing en la web;
- eventos de promoción del destino en Italia y en el extranjero;
- participación en bolsas y ferias de turismo- acciones de marketing del destino (b2b y b2c);
- realización de viajes para operadores turísticos, agencias de viajes, periodistas, blogueros, influencers, reporteros, etc...
- realización de festivales de turismo rural (con experiencias gratuitas para los turistas)

## ¿DE DÓNDE OBTUVO LOS PRINCIPALES **APOYOS Y RECURSOS**

(Ej: Subvenciones y otras ayudas)?



- El proyecto se ejecuta en el marco del PSR PUGLIA - PO FESR 2014-2020 - EJE VI "Protección del medio ambiente y promoción de los recursos naturales y culturales" - Acción 6.8 "Intervenciones para el reposicionamiento competitivo de los destinos turísticos"



## ¿QUÉ ÉXITO HA TENIDO?

A pesar de las dificultades debidas a la epidemia de covid-19 de los últimos años, el proyecto ha conseguido llevar a cabo muchas acciones que han tenido como efecto el aumento de la fama turística de Monti Dauni y el incremento de la asistencia.

Además de las acciones estratégicas dirigidas a los operadores del sector, la comunicación y promoción de los productos tiene gran relevancia.

Entre las acciones más significativas están las visitas dedicadas a periodistas, bloggers, influencers, la producción de contenido para las páginas sociales de Facebook e Instagram, la elaboración de contenidos para la página web y la aplicación de Monti Dauni.

En la misma perspectiva, se creó el formato de las Jornadas de Puertas Abiertas, 4 días con 130 experiencias gratuitas para los turistas: excursiones, degustaciones, visitas a museos y

monumentos, actividades deportivas en el campo, conciertos, espectáculos, etc... El festival fue precedido por una campaña de comunicación a través de la web, con pasajes de radio y televisión, publicidad en periódicos y pósters.

Estas acciones se asociaron a las de captación de interesados para el posicionamiento de los productos turísticos en el mercado nacional y extranjero, con la creación de paquetes turísticos y su promoción ante los operadores turísticos y las agencias de viajes.

El proyecto ha logrado hasta ahora sus objetivos, consiguiendo subir el listón y dando a Meridaunia la oportunidad de imaginar nuevas acciones y posibles prospecciones, incluyendo intervenciones estructurales para el futuro (creación y gestión de nuevos servicios para el turismo)



## ¿FUE EL ÉXITO EL RESULTADO DEL TRABAJO INDIVIDUAL O LA COLABORACIÓN (O AMBOS)?

El éxito del proyecto es el resultado de la capacidad de planificación y gestión de Meridaunia, pero sobre todo de la colaboración entre los diferentes sujetos: los municipios de la zona, los operadores turísticos, las asociaciones de promoción turística, los guías turísticos, los alojamientos, los restaurantes, los gestores de museos y de diversas atracciones culturales, los proveedores de servicios al aire libre, etc...



This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union