

La nuova Cortina Marketing:
pronta ad affrontare le prossime sfide

CARTELLA STAMPA

23 aprile 2024



CORTINAMARKETING

Cortina[®]
DOLOMITI

La nuova Cortina Marketing: pronta ad affrontare le prossime sfide

Il braccio destro del Comune per la promozione della destinazione si presenta dopo la riorganizzazione con una nuova squadra, obiettivi chiari e determinazione in vista della stagione estiva

Cortina Marketing

Cortina Marketing fa parte della società *Servizi Ampezzo Unipersonale srl*, società partecipata del Comune di Cortina, per cui gestisce una serie di servizi.

La Se.Am.

La Servizi Ampezzo, più nota come *Se.Am.*, nasce negli anni '90 con l'obiettivo di **supportare il Comune di Cortina nella gestione e l'erogazione di numerosi servizi al territorio e ai turisti** ed è una vera istituzione ampezzana.

La società, amministrata da un *Consiglio di Amministrazione*, oggi è affidataria di cinque diversi contratti di servizio e conta su oltre 40 dipendenti, che si occupano di:

- Gestire le aree di sosta
- Gestire vari impianti sportivi, tra cui *lo Stadio Olimpico del Ghiaccio*, i campi da tennis e da calcio, la pista di atletica a Fiammes e la cabinovia *Cortina Skyline*, che collega le Tofane alle 5 Torri
- Gestire gli spazi culturali, dal cinema comunale alla *sala Alverà* all'*Alexander Girardi hall*
- Supportare l'organizzazione di eventi e manifestazioni
- Gestire e promuovere il marchio *Cortina Dolomiti*, il famoso scoiattolo
- Gestire il servizio di informazione e accoglienza turistica (IAT)
- Gestire la comunicazione e la promozione della destinazione turistica Cortina

La promozione del territorio

La promozione della Regina delle Dolomiti, originariamente di competenza del consorzio *Cortina Turismo*, nel 2015 **è stata affidata a Se.Am., e più precisamente a una sua area funzionale dedicata, Cortina Marketing.**

La condivisione degli obiettivi tra la società e l'Amministrazione è alla base del mandato: ogni anno Se.Am. redige infatti un piano operativo che viene poi approvato dal Comune.

Nel corso del 2022, viene incaricato un consulente esterno di redigere un piano strategico per lo sviluppo della destinazione Cortina dal 2023 al 2027, che include anche le linee di indirizzo relative agli ambiti operativi. Contestualmente, si avvia un processo di implementazione dell'organico aziendale.

Si arriva quindi ad oggi, con una nuova squadra, ma soprattutto con un'impostazione diversa del lavoro di competenza di Cortina Marketing.

Fino a qualche tempo fa, il focus era principalmente sulla promozione della destinazione, e a ciascuna figura era assegnato un mercato di competenza.

Oggi l'obiettivo è invece quello di occuparsi della gestione della destinazione nel suo complesso, concentrandosi in particolare sullo sviluppo dei prodotti turistici esperienziali e sulla ricerca di nuovi metodi di comunicazione: se una volta gran parte dell'attività era infatti quella di assecondare le richieste dei media, ora si preferisce identificare gli obiettivi, sia in termini di mercato, che in termini di prodotto, e intercettare i profili più adeguati per la promozione.

Il progetto

Il sistema turistico di Cortina d'Ampezzo deve affrontare le sfide che il mercato turistico attuale e quello futuro gli impongono. In questo senso, è necessario dotarsi di uno strumento efficace, efficiente, professionale e proattivo, che si occupi della gestione integrale e del marketing della destinazione. **Diventa quindi fondamentale l'evoluzione e trasformazione di Cortina Marketing da una semplice *Destination Marketing Organization*, come ha operato negli ultimi tempi, in una *Destination Management & Marketing Organization* (DM&MO).**

**CORTINA
MARKETING**

+39 0436 866252
via Marconi, 15/B
32043 Cortina d'Ampezzo (BL) | ITALY

www.dolomiti.org
www.cortinamarketing.it

Yuki d'Emilia
Communication
communication@cortinamarketing.it
+39 338 6539335

Il progetto è quello che Cortina Marketing sia una DM&MO di quarta generazione, ovvero il soggetto coordinatore dell'immagine della destinazione, contribuendo alla crescita del suo valore mediante la pianificazione e la gestione in ottica strategica.

Il focus di questo modello è molto meno amministrativo rispetto ai precedenti, ma maggiormente orientato al mercato e ai risultati. La struttura operativa e l'organizzazione corrispondono più al settore privato che non a quello pubblico e alle competenze si aggiungono anche la promo-commercializzazione, ovvero non ci si occupa solo del marketing della destinazione, ma anche della promozione delle proposte degli operatori turistici locali.

Cortina Marketing deve essere infatti uno strumento operativo che, in coordinamento con altri soggetti, si occupi della strategia di sviluppo turistico della destinazione Cortina, attuando le opportune operazioni di marketing nel mercato turistico (*B2B* e *B2C*) nazionale ed internazionale. Cortina Marketing deve essere inoltre di supporto all'Amministrazione comunale e a tutti gli operatori turistici della destinazione.

La filosofia

Cortina Marketing deve operare seguendo un modello *in-out*, cioè partendo dalla destinazione verso l'esterno (mercato), in modo da generare valore aggiunto e arricchimento della catena di valore dell'intero sistema turistico di Cortina.

In un approccio orientato al cliente, risulta quindi necessario un cambiamento di paradigma: **l'obiettivo non è più il territorio, ma il turista**; il prodotto non è più assimilabile ai servizi offerti dalla destinazione, ma **è la destinazione stessa da intendersi come un prodotto**.

Cortina Marketing deve essere un organismo di *meta-management* all'interno di una costellazione di attori e deve creare le condizioni culturali, strategiche e organizzative favorevoli allo sviluppo turistico della destinazione. Cortina Marketing deve essere un attore pienamente inserito nell'ecosistema turistico e fungere da motore di sviluppo e di innovazione per l'intero sistema-destinazione.

Cortina Marketing deve essere consapevole dell'importanza del suo ruolo all'interno del sistema turistico di Cortina; motiverà i diversi soggetti che operano nella destinazione, sia pubblici che privati, a collaborare, coordinerà una presenza comune nei diversi mercati e condividerà dati, studi o altre informazioni con i portatori di interesse del territorio.

Gli obiettivi

Il mandato di Cortina Marketing si traduce nei seguenti compiti: contribuire all'arrivo di visitatori, turisti e investimenti nella località, con una promozione segmentata secondo i bisogni e le tendenze del mercato; stimolare le aggregazioni e collaborazioni tra i rappresentanti del settore economico locale favorendo la crescita del sistema; guidare e coordinare la rete di destinazione.

Gli obiettivi strategici di Cortina Marketing fino al 2026 sono **consolidare la notorietà di Cortina d'Ampezzo a livello internazionale**, assicurandosi che Cortina rimanga un riferimento per le destinazioni alpine e premium; **sviluppare l'attrattività della Regina delle Dolomiti durante tutto l'anno**, per favorire un incremento delle presenze turistiche e una migliore gestione dei flussi; **essere il riferimento per la destinazione**, accompagnando gli operatori nell'attuazione delle strategie di sviluppo.

La struttura

Recentemente Se.Am. si è dotata di un **direttore**, che sovrintende e coordina l'attività tecnico-amministrativa, operativa, commerciale e finanziaria della società, inclusa quindi quella di Cortina Marketing, e ne è responsabile del raggiungimento degli obiettivi.

Cortina Marketing si è poi strutturata per diverse **aree di competenza (promozione, comunicazione, prodotto, marchio e amministrazione)**, coordinate da un **destination manager**.

Ad oggi risultano assunte, a tempo pieno e indeterminato, le figure che si occupano della promozione (2) e della comunicazione (2) della destinazione, mentre sono in fase di perfezionamento le procedure di selezione per le figure che si occuperanno di sviluppo del prodotto (1) e della parte amministrativa (1).

Inoltre, è in corso di selezione una figura responsabile per l'unità Cortina Marketing da inserire stabilmente nell'organico della società, mentre oggi il ruolo di destination manager è affidato ad un collaboratore esterno.

Il destination manager

Il *destination manager* ha un ruolo di indirizzo strategico e di coordinamento tra l'Amministrazione comunale, gli operatori turistici e il personale di Cortina Marketing e la sua figura è fondamentale nell'assicurare il raggiungimento dei risultati prefissati.

Nello specifico, il destination manager supporta tecnicamente l'Amministrazione nella definizione delle strategie turistiche per la destinazione, favorisce la collaborazione tra gli operatori del territorio e pianifica le attività annuali, definendone il budget.

Inoltre, dirige l'unità operativa assegnando a ciascuna area compiti e obiettivi.

L'area comunicazione

L'ufficio comunicazione realizza tutte le azioni necessarie per incrementare la notorietà di Cortina come destinazione, sia sulla carta stampata che sul web, e gestisce le informazioni sulla sua offerta turistica, coordinandosi anche in tempo reale con lo IAT.

Press & PR

La referente per la comunicazione e le pubbliche relazioni predispone la strategia di comunicazione della destinazione e ne cura l'attuazione.

In particolare, il suo compito è quello di identificare giornalisti e blogger dei mercati obiettivo e di avviare con loro relazioni, in modo che possano realizzare dei servizi per presentare l'offerta turistica di Cortina, anche prevedendo la loro presenza in loco con dei viaggi stampa.

Inoltre, confeziona le cartelle stampa della destinazione sulla base dei prodotti strategici individuati e organizza, sia in Italia che all'estero, conferenze stampa per presentarne le novità.

Infine, si occupa di predisporre, mensilmente, una newsletter dedicata agli operatori del territorio, per tenerli aggiornati sul lavoro, gli obiettivi e i risultati di Cortina Marketing.

Digital Marketing

La referente per il digital marketing sviluppa la strategia di comunicazione digitale e la strategia di pubblicità, ideando e gestendo la creatività e la diffusione delle campagne, sia organiche che sponsorizzate, oltre che monitorandone periodicamente l'andamento e la buona riuscita.

Per il web, si occupa della grafica, storytelling e copywriting, creando contenuti e aggiornando i vari portali gestiti dalla destinazione e dai partner della stessa.

In particolare, si dedica al Social Media Management, dall'ideazione del piano editoriale, alla scelta di foto e montaggio video, dalla pubblicazione dei contenuti sui profili *Instagram*, *Facebook*, *Youtube* e *Linkedin* della destinazione, alla verifica delle insights con cadenza periodica, dall'individuazione di validi content creators alla gestione di collaborazioni social con questi o con enti del territorio.

Cura la comunicazione digitale e social di tutti gli eventi sul territorio, interfacciandosi direttamente con gli organizzatori, associazioni locali e il Comune.

Gestisce poi tutto il materiale foto e video in possesso di Cortina Marketing, occupandosi di cederlo a giornalisti, tour operators e agenzie interessati secondo

parametri ben precisi e rispettando sempre i crediti dei fotografi che l'hanno prodotto. Coordina anche la produzione di materiale foto e video ex novo con fotografi, videomaker e content creators.

L'area promozione

L'ufficio mercati esteri si occupa di promuovere la destinazione Cortina, in particolare nell'ambito *B2B*, nei mercati europei e internazionali.

Per fare ciò, effettua ricerche nei mercati strategici individuati per studiare il profilo del turista, le mete e il tipo di turismo che predilige, le motivazioni e comportamenti di viaggio con il fine ultimo di consolidare i flussi turistici già esistenti e di intercettarne di nuovi.

Le referenti per la promozione, ciascuna per i propri mercati di riferimento, incontrano e prendono contatto con tour operator, media tradizionali, content creators e agenzie di marketing, partecipando a fiere e roadshow internazionali di turismo generico o di specifici segmenti di mercato.

A seconda degli interessi e delle esigenze della destinazione e dei buyers incontrati, l'ufficio mette questi ultimi in contatto con gli operatori della destinazione (tour operator incoming, strutture ricettive, fornitori di servizi). Inoltre, organizza fam trip ed educational nella destinazione, fornendo anche supporto in loco.

Infine, l'ufficio partecipa ad attività promosse da altre realtà, come la *Regione del Veneto* o l'associazione *Best of the Alps*, che riunisce le migliori destinazioni delle Alpi, con il fine di promuoverle congiuntamente nei mercati extraeuropei, soprattutto oltreoceano.

L'area prodotto

L'ufficio prodotti si occupa di identificare i bisogni della domanda e di soddisfarli promuovendo, sviluppando e consolidando i rapporti tra i diversi portatori di interesse della destinazione, con l'obiettivo di creare una rete di destinazione e i rispettivi prodotti turistici integrati.

Il referente per il prodotto coordina le progettualità legate alla rete di destinazione *Cortina Experience* e ne gestisce i prodotti, assicurandosi che questi rispondano alle esigenze dei turisti e siano in linea con la proposta di valore della destinazione Cortina.

Nello specifico, il suo compito è quello di creare nuovi prodotti tematici a partire dalla mappatura delle risorse e servizi esistenti e organizzando i servizi necessari per migliorare l'accoglienza nella destinazione.

Infine, supporta tecnicamente gli operatori locali ed elabora i contenuti relativi ai prodotti turistici per la loro promozione sia online che cartacea.

L'area marchio & amministrazione

L'ufficio amministrazione gestisce e controlla il budget, le spese e gli acquisti, assicurandosi che queste siano in linea con le indicazioni riportate nel piano strategico approvato.

Si occupa di ricerche di mercato e degli affidamenti, anche in *MEPA*. In particolare, cura la rendicontazione periodica delle attività di Cortina Marketing e le presenta *al Comune di Cortina d'Ampezzo*.

Inoltre, l'ufficio gestisce il brand Cortina, con l'obiettivo di aumentarne il valore aggiunto e ottimizzarne la percezione nel mercato. Il marchio, di proprietà del Comune, è registrato ed è possibile richiederne l'utilizzo sia a scopi promozionali che commerciali, a determinate condizioni.

Compito del referente del marchio è quello di promuoverne l'uso specialmente tra gli operatori locali, di gestirne le pratiche di autorizzazione e di tutelarne il valore, verificandone l'uso corretto.

La squadra

Beniamina Luciano

Avvocato, laureata all'Università *La Sapienza* di Roma, ha iniziato il suo percorso professionale come assistente legale interno dell'*Assessorato alle Politiche per il Territorio, Urbanistica, Parchi e Legge Speciale per Venezia della Regione del Veneto*, maturando esperienza nel campo del diritto amministrativo, in particolare in materia di urbanistica ed edilizia.

Si è poi dedicata alla libera professione, curando questioni attinenti sempre all'urbanistica e all'edilizia e contribuendo anche alla redazione di strumenti urbanistici attuativi e generali, interfacciandosi in particolare con la *Regione del Veneto*. Ha inoltre trattato questioni legate al commercio, all'ambiente, al paesaggio, alle licenze di pubblica sicurezza, alle espropriazioni e agli appalti pubblici.

Successivamente, approda nel campo del diritto dell'energia, in particolare nel settore delle fonti rinnovabili, assistendo operatori privati, Enti e Amministrazioni pubbliche nello sviluppo e realizzazione di progetti che ne prevedano l'utilizzo. Si occupa anche di diritto regoliero, di concorsi pubblici e d'istruzione pubblica e privata parificata.

Ha seguito le questioni civilistiche connesse a questi ambiti di diritto amministrativo e il relativo contenzioso, approfondendo in particolare il tema degli appalti, dei contratti di prestazione d'opera professionale, dei diritti reali e delle relative questioni risarcitorie.

È stata componente della *Commissione Edilizia del Comune di Santa Lucia di Piave*, è consulente della società pubblica *La Dolomiti Ambiente spa* di Santa Giustina e autrice di molteplici articoli di commento a pronunce giurisprudenziali.

Da agosto 2023, è direttrice della *Servizi Ampezzo Unipersonale srl*.

Josep Ejarque

Professionista del destination marketing e destination management, dagli anni '80 lavora nel settore turistico.

Diversi i ruoli ricoperti nel corso della pluriennale esperienza: dal 1985 al 1995, è stato responsabile di marketing e comunicazione dell'*Ente del Turismo della Catalogna*. Successivamente, dal 1995 al 1999 ha assunto la direzione dell'*Ente del Turismo della Corugna*, sempre in Spagna. Nel 1999 diventa direttore dell'*Ente Turismo di Torino*, soggetto responsabile del destination management e marketing della città di Torino e coinvolto nell'organizzazione dei *XX Giochi Olimpici Invernali*. Dal 2006 al 2008 è stato poi direttore generale dell'Agenzia Regionale per il Turismo del Friuli Venezia Giulia, *Turismo Fvg*. Dal 2012 al 2015 è stato il direttore generale di Explora, la DMO creata per la gestione e la promozione turistica di *Expo Milano 2015*.

Si è occupato di diverse destinazioni in Italia, tanto nella pianificazione quanto nella gestione e direzione, come per esempio la Sardegna, la Gallura, Roma, Parma, Visit Emilia, Amalfi, Ischia, Altopiano di Asiago, Riomaggiore-Cinque Terre, Ligurian Riviera, e molte altre.

Oggi è presidente della *FTourism*, società di consulenza specializzata in destination management e destination marketing e ricopre il ruolo di destination manager per *Cortina Marketing*.

Mia Agostini

26 anni, si è laureata a Padova in *Scienze della Mediazione Linguistica per il Management Turistico e il Commercio Internazionale* con le lingue inglese, tedesco e spagnolo. Si è specializzata in ambito turistico con la laurea magistrale in *Planning and Management of Tourism Systems* presso l'Università di Bergamo, nel corso della quale ha condotto un'analisi dei flussi turistici in una destinazione montana.

Ha svolto un periodo di studio Erasmus a Monaco di Baviera e ha esperienza in marketing territoriale e gestione di progetti di sviluppo turistico, acquisite lavorando in un'azienda di consulenza prima e in un consorzio di promozione turistica poi.

Oggi è la referente per la promozione nei mercati europei (in particolare quelli DACH) per *Cortina Marketing*.

Wiktor Burigo

26 anni. Originario di Belluno, ha sviluppato le proprie competenze linguistiche vivendo e lavorando in diversi contesti, sia in Italia che all'estero. Oltre all'italiano, parla l'inglese, lo spagnolo e il polacco.

Laureato in *Relazioni Internazionali* presso l'Università di Bologna, ha proseguito il percorso accademico a Trento con la laurea magistrale in *Management della Sostenibilità e del Turismo*.

Durante gli studi, ha applicato le competenze acquisite lavorando presso un'agenzia di consulenza italiana specializzata in strategie di sviluppo sostenibile per imprese e territori. Qui, ha contribuito anche alla stesura di dossier di candidatura per il prestigioso riconoscimento *UNESCO Man & Biosphere* di territori veneti e supportato progettualità legate allo sviluppo turistico di diverse località italiane.

La sua esperienza nel settore è stata ulteriormente consolidata proprio nella Regina delle Dolomiti, presso *Cortina Marketing*, dove oggi è il referente per il prodotto.

Yuki d'Emilia

29 anni. Nata e cresciuta tra le Dolomiti, per studio e lavoro ha girato il mondo (dagli Stati Uniti all'Australia), per poi stabilirsi in provincia di Belluno e lavorare a vari progetti di promozione del territorio come libera professionista.

Laureata prima in *Economia, Filosofia e Politica* alla facoltà trilingue (italiano, inglese e tedesco) di Bolzano, completa poi gli studi conseguendo la laurea magistrale in *Management della Sostenibilità e del Turismo* a Trento.

Ha maturato esperienze professionali presso la *Fondazione Dolomiti UNESCO* e la *DMO Dolomiti* e ha ricoperto, dal 2019 al 2022, l'incarico di Assessora al Turismo per il *Comune di Belluno*. Ora è la referente per la comunicazione per *Cortina Marketing*.

Maria Alessandra Montuori

Dagli anni '90 lavora come responsabile di progetti e clienti in agenzie di marketing e comunicazione e in aziende private. Dal 2002 al 2006 è referente e coordina attività progettuali, dipartimenti e rapporti con gli enti del territorio per progetti locali ed europei presso l'*Agenzia del Ministero del Welfare*. Sempre nel 2006 coordina promozione e comunicazione di progetti legati alle *Olimpiadi Invernali di Torino 2006*. Dal 2008 al 2009 è la referente per la comunicazione e ufficio stampa di *Confindustria Belluno Dolomiti*. Dal 2011 al 2019 è a Londra come responsabile marketing e comunicazione per aziende britanniche e internazionali, e fa parte del *Consiglio di Associazioni britanniche*. Dal 2012 al 2014, fra Londra e Mosca, coordina attività di promozione di aziende e destinazioni italiane sul mercato russo e internazionale. Nel 2012 con *ICE Gran Bretagna* è responsabile della comunicazione e pubbliche relazioni con privati ed enti pubblici italiani e internazionali per le *Olimpiadi di Londra*.

Dal 2020 a *Cortina Marketing*, è la referente per la promozione nei mercati anglofoni ed extra-europei.

Laureata a Padova in *Scienze Politiche con indirizzo internazionale*, continua a studiare marketing e management del turismo, seguendo corsi in Italia e Inghilterra. Conosce quattro lingue, oltre all'italiano: inglese, russo, francese e spagnolo.

Anna Venier

24 anni, nasce a Pieve di Soligo, tra le colline del Prosecco. Da sempre amante della montagna e frequentatrice di Cortina, dopo l'esperienza nelle Media Operations durante i Mondiali 2021 e diverse Coppe del Mondo con *Fondazione Cortina*, si laurea in *Comunicazione, Media e Pubblicità* alla IULM di Milano. Parallelamente, ha continuato ad operare proprio nella conca ampezzana per fare marketing creativo, prima in *Tofana - Freccia nel Cielo* e poi seguendo come libera professionista diversi attori del territorio.

Nel frattempo si è specializzata in *Digital Marketing e Social Media Management*, formazione che le ha permesso di approdare a *Cortina Marketing* in veste di referente proprio del marketing digitale e social media.



Estate 2024, Cortina Marketing presenta le attività

Cresce la rete di destinazione *Cortina Experience*, pronti due nuovi prodotti dedicati agli amanti della natura e agli amici a 4 zampe. E si punta alla Cortina bike destination.

La rete di destinazione *Cortina Experience*

Cos'è

La rete di destinazione *Cortina Experience* è un accordo di collaborazione tra *Cortina Marketing* e gli operatori del territorio.

Oltre a strutturare un prodotto-destinazione competitivo, **l'obiettivo della rete di destinazione è favorire la creazione di un sistema di offerta intersettoriale, integrando commercio, turismo e servizi**. Si mira quindi a riposizionare l'offerta di servizi turistici e commerciali della destinazione sul mercato, oltre ad attivare l'innovazione dei prodotti turistici, proponendo offerte tematiche.

La struttura della rete di destinazione *Cortina Experience* permette di sviluppare una proposta turistica completa sia per la stagione estiva che per quella invernale e di comunicarla efficacemente nel mercato italiano e internazionale.

Chi ne fa parte

L'adesione alla rete è volontaria e gratuita per tutti gli operatori interessati. Tuttavia, richiede il rispetto di requisiti specifici e offre in cambio una serie di diritti che portano significativi vantaggi.

La rete di destinazione abbraccia una vasta gamma di categorie chiave per l'offerta turistica di Cortina: tra queste alberghi, ristoranti, impianti di risalita, guide, noleggi e altre realtà. Ogni partner, a seconda della propria specializzazione, si inserisce in una o più reti di prodotto turistico.

La rete di destinazione continua a crescere, con l'attuale inclusione di ben 47 partner. Questo ulteriore consolidamento testimonia l'impegno costante nel promuovere e valorizzare le proposte turistiche della destinazione attraverso una solida collaborazione tra operatori locali e *Cortina Marketing*.

**CORTINA
MARKETING**

+39 0436 866252
via Marconi, 15/B
32043 Cortina d'Ampezzo (BL) | ITALY

www.dolomiti.org
www.cortinamarketing.it

Yuki d'Emilia
Communication
communication@cortinamarketing.it
+39 338 6539335

I prodotti

Le reti assumono il ruolo di veri e propri contenitori, raccogliendo operatori, servizi e attività legate a un determinato prodotto. Attualmente, **la rete di destinazione Cortina Experience vanta già otto reti di prodotto**, ognuna dedicata a soddisfare specifiche esigenze e interessi dei visitatori. Tra queste figurano le proposte *bike, trekking, climbing, wellness, wellbeing, family, food e luxury & lifestyle*.

Con l'arrivo della stagione estiva, Cortina Experience si prepara ad accogliere due ulteriori reti di prodotto, *Cortina Green* e *Cortina Pet-friendly*, ampliando così l'offerta e arricchendo l'esperienza turistica complessiva per i visitatori in arrivo.

Cortina Green

Secondo l'ultima analisi del settore, il mercato globale del turismo sostenibile prevede una crescita annua del 23,8% fino al 2034, portando i ricavi netti a oltre 12.815.005 miliardi di dollari entro quel periodo (Fonte: FMI, 2024). Tuttavia, fino a oggi, il sistema turistico di Cortina d'Ampezzo ha dimostrato una scarsa propensione verso l'adozione di misure volte a migliorare le performance di sostenibilità delle proprie attività. Questo ha compromesso il cammino verso uno sviluppo turistico maggiormente sostenibile della destinazione, come testimoniato dall'esiguo numero di operatori in possesso di certificazioni di sostenibilità turistica.

In risposta a questa sfida, nasce **Cortina Green, una rete di prodotto dedicata a promuovere e mettere a sistema le proposte degli operatori locali orientate alla sostenibilità ambientale**. L'obiettivo è soddisfare l'emergente domanda turistica sensibile alle tematiche ambientali. Inoltre, la rete favorirà la transizione degli operatori locali verso percorsi di crescita sostenibile, incoraggiando l'ottenimento di marchi di qualità come il *Green Key*, e promuoverà l'adozione di buone pratiche che consentano ai turisti di esplorare il territorio nel pieno rispetto delle risorse ambientali.

Cortina Pet-friendly

Gli animali domestici rappresentano una presenza significativa nel 53% delle case degli italiani, specialmente nelle famiglie e nelle coppie adulte senza figli (Censis, 2023). Parte da questi dati lo sviluppo di un nuovo prodotto turistico legato a questo crescente target.

Cortina Pet-friendly si propone come una rete di prodotto che metta in sinergia gli operatori e i servizi dedicati agli animali al seguito, consentendo ai turisti di godere di un'esperienza di vacanza che faciliti la fruizione e il godimento anche per i propri amici a quattro zampe. Questa rete prevede inoltre la realizzazione di una guida istituzionale contenente gli operatori aderenti, percorsi pet-friendly, attività e buone pratiche per la salute e la sicurezza degli animali.

Gli altri progetti

Cortina bike destination

L'incremento esponenziale degli appassionati delle due ruote osservato negli ultimi anni ha coinvolto anche Cortina. La Regina delle Dolomiti desidera garantire un'accoglienza di livello per questo segmento di mercato sempre più rilevante, aspirando a diventare una vera e propria *bike destination*.

Ciò significa **trasformarsi in una destinazione ideale per l'utilizzo della bicicletta, proponendo percorsi dedicati e fornendo servizi essenziali e funzionali per la pratica di questa attività**, come bike-hotel, noleggi e impianti di risalita.

Grazie alle azioni promozionali portate avanti da Cortina Marketing, la destinazione verrà percepita sempre più come un territorio attrattivo per il cicloturismo in tutte le sue forme, sia dal mercato italiano che da quello internazionale.

Cortina family experience

In previsione della stagione estiva, Cortina Marketing ha pianificato di potenziare la rete di prodotto dedicata alle famiglie, aumentando la promozione delle attività e dei servizi degli operatori locali rivolte a questo pubblico.

Inoltre, verranno organizzati spettacoli di animazione e intrattenimento specificamente pensati per i più piccoli. Tra queste iniziative, spicca la **rassegna di marionette e burattini** che prenderà vita nella suggestiva zona della Conchiglia, **programmata per i mesi di luglio e agosto**. Questi eventi entusiasmeranno grandi e piccini, offrendo alle famiglie momenti magici da vivere insieme.

Le collaborazioni

Cortina Marketing collabora, oltre che con i singoli operatori locali, con una serie di realtà del territorio.

In particolare, a fine 2023 è stato sottoscritto un **protocollo d'intesa tra il Comune di Cortina d'Ampezzo, la Servizi Ampezzo e gli organismi più rappresentativi degli attori economici operanti nel settore turistico** del sistema economico locale, ovvero l'associazione *Albergatori Cortina Federalberghi*, il consorzio esercenti impianti a fune *Cortina Skiworld* e l'associazione di operatori economici *Cortina For Us*, **che riconosce proprio il ruolo centrale di Cortina Marketing nella gestione della destinazione.**

È in questo contesto che si sviluppa anche il progetto di una **campagna digital congiunta tra Cortina Marketing e Cortina Skiworld** per la stagione estiva alle porte.

La campagna sarà incentrata sulla promozione di Cortina come destinazione outdoor, con particolare riferimento ai segmenti famiglia e bici, e i mercati obiettivo saranno quelli italiano, tedesco, francese, inglese e olandese.



CORTINAMARKETING