DOLOMITI BELLUNESI

PIANO OPERATIVO 2025

Programmazione strategia 2025:

1. Conoscenza mercati e tendenze
2. Digitalizzazione della destinazione
3. Coinvolgimento e organizzazione del territorio
4. Costruzione-rafforzamento prodotto/i
5. Comunicazione e promozione
6. Gestione del Brand/Marca

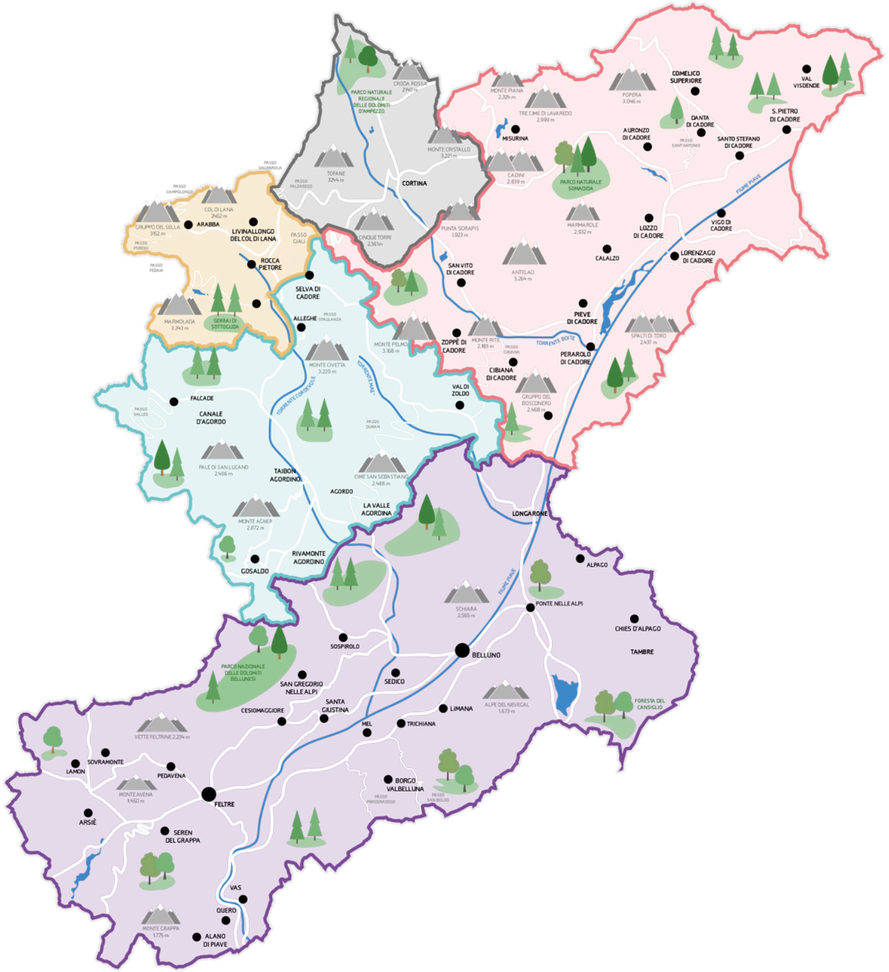
1_CONOSCENZA MERCATI E TENDENZE

- Osservatorio del Turismo Regionale Federato
- Data Driven e Smart Tourism Destination
- Google Analytics - Report sito www.visitdolomitibellunesi.com e profili social INSTAGRAM e FB
- Analisi dei mercati di riferimento, contesto competitivo e bisogni/tendenze del consumatore

2_DIGITALIZZAZIONE DELLA DESTINAZIONE

- Diffusione e implemetazione DMS Regione Veneto
- Supporto Commercializzazione dell’offerta on line
- Implementazione accordi con Mastercard, HBenchmark , Data Appeal e Quantas
- Realizzazione Dashboard - Osservatorio Dolomiti Bellunesi
- Educazione del territorio alla cultura del dato

3_COINVOLGIMENTO E ORGANIZZAZIONE DEL TERRITORIO



5 MACROAREE DI AZIONE

4_COSTRUZIONE E RAFFORZAMENTO PRODOTTO

- Studio dei prodotti turistici attuali e potenziali della destinazione Dolomiti Bellunesi
- Promozione e commercializzazione prodotto_DMS
- Monitoraggio delle tendenze turistiche e dell'opinione dei viaggiatori

5_COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

AGENZIA DI COMUNICAZIONE_DMIND

- Produzione di content per l'attività di comunicazione (social e digital)
- Elaborazione e condivisione di una Content Strategy funzionale allo sviluppo e attuazione di un piano editoriale annuale
- Campagne ADV e Google ADS mirate al rafforzamento della promozione verso i mercati nazionali, al consolidamento dei mercati target (DACH, Nord Europa, Spagna, Francia, Est Europa) e ricerca di nuovi mercati obiettivo
- Sviluppo e realizzazione campagna video "Fuori dai Luoghi Comuni" attraverso la realizzazione di 4 video tematici
- Attività di content writing: supporto all'ideazione e stesura di contenuti grafici e testi funzionali alla realizzazione di brochure tematiche e pagine web e social.

5_COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

UFFICIO STAMPA

- Comunicazione su brand e prodotto
- Focus su esperienze/tematismi
- Pianificazione annuale per valorizzazione eventi
- Viaggi stampa

PHOTO E VIDEOSHOOTING: Albo Fornitori Fondazione Dolomiti Bellunesi

5_COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

PRODUZIONE TELEVISIVE

- GAMBERO ROSSO Enogastronomia
- SAMSUNG TV VACANZA ATTIVA INVERNO/ESTATE (tv inglese)
- LE VIE GREEN DI FILIPPA (Sky Sport)
- EDEN UN PIANETA DA SALVARE (La7)
- BELL'ITALIA IN VIAGGIO (La7)
- MICHELE CASADIO (tg nazionali)

5_COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

- DIGITAL MARKETING

LUFTHANSA: Data Based Advertising 2025

fase 1: Brand awarness (maggio)

fase 2: Target e prodotto (settembre)

5_COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

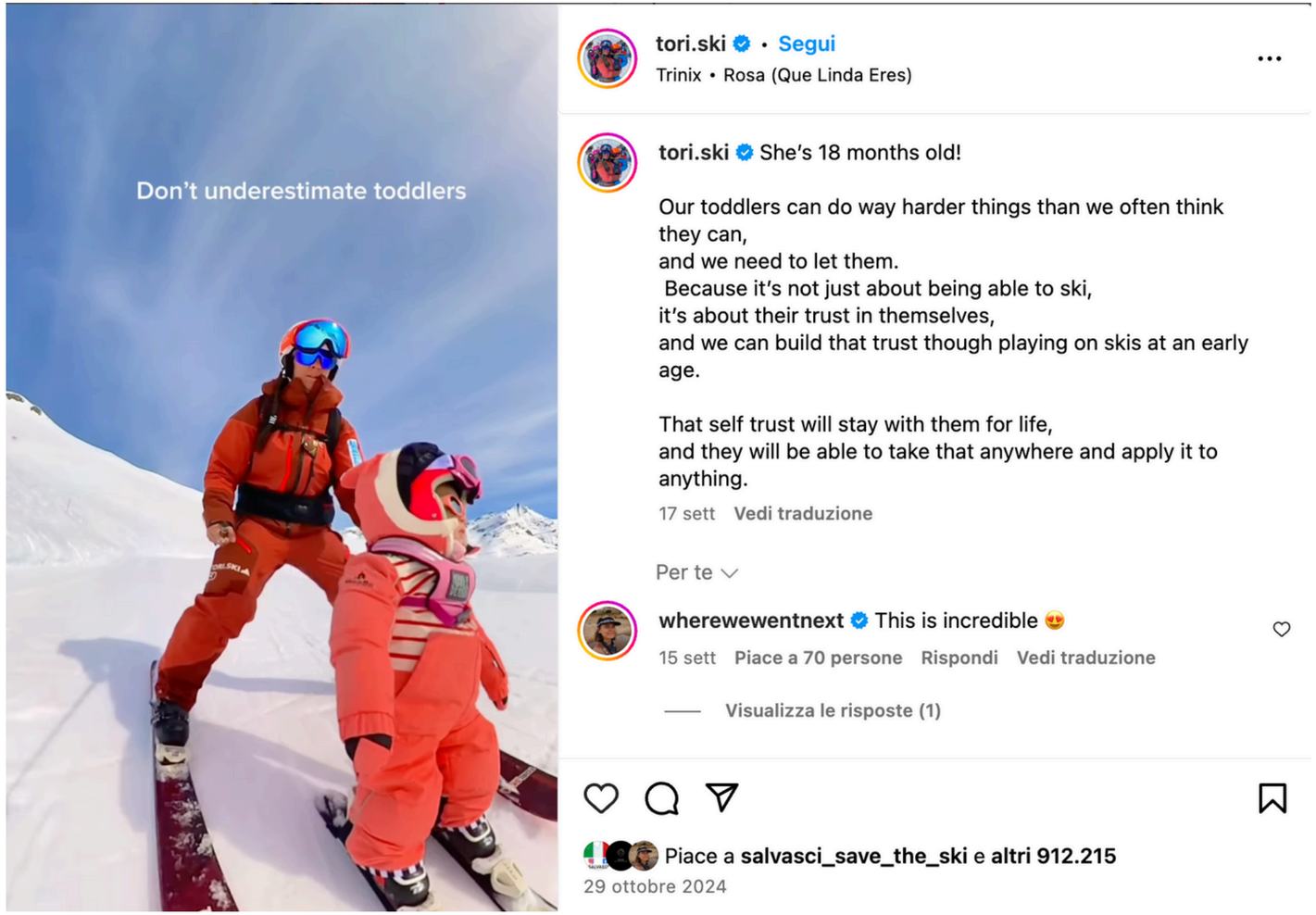
CO MARKETING

DOLOMITI SUPERSKI

Mercato Inglese:
INFLUENCER

Tori Ski_ creator ideale per famiglie e appassionati di sci, con una community di 119,5K follower su Instagram @tori.ski

Marzo 2025



5_COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

FIERE ITALIA - ESTERO

- TORINO ITALY AT HAND dicembre 2024
- FITUR MADRID gennaio 2025
- BIT MILANO febbraio 2025
- ITB Berlino marzo 2025
- ITB CHINA - Shanghai maggio 2025
- TTG RIMINI ottobre 2025
- ITALY AT HAND Venezia novembre 2025

LONGARONE FIERE

- EOS – European Outdoor Show VERONA febbraio 2025
- FIERA CACCIA E PESCA Longarone aprile 2025
- CICLOTURISMO giugno 2025 ?
- Expo Dolomiti HoReCa
- Mostra Internazionale del Gelato Artigianale
- Arredamont

5_COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

WORKSHOP - FAMTRIP - PRESS TOUR

FAMTRIP Vettori internazionali SAVE AREOPORTI del NORD EST gennaio 2025

VAW - Venice Airport Workshop | Ljubljana Edition marzo 2025

FAMTRIP_PRESSTOUR PRODOTTO BIKE

BUY VENETO ottobre 2025

5_COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

PARTNERSHIP_CONVENZIONI

FONDAZIONE CORTINA

Veneto in Action
Road Show 2025

- 8-9 febbraio Rovigo
- 14-16 marzo Vicenza
- 26-27 marzo Padova

FONDAZIONE DOLOMITI UNESCO

Progetto Montagna Consapevole

Comunicare la montagna

SPONSORIZZAZIONE NAZIONALE ITALIANA CURLING

5_COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

EVENTI

COPPA DEL MONDO Cortina gennaio 2025

MONDIALI JUNIORES CURLING Cortina aprile 2025

SPORT BUSINESS FORUM giugno 2025

DOLOMITI ARENA estate/autunno 2025

OLTRE LE VETTE autunno 2025

COMUNICAZIONE INTERNA

Comunicazione Fondazione DMO Dolomiti Bellunesi

Ogni anno più di 3 milioni di visitatori raggiungono le Dolomiti Bellunesi per una vacanza. Di questi oltre 1 milione proviene dall'estero: abbiamo in casa un'occasione straordinaria di veicolare e promuovere il brand sia verso il turista sia verso il residente

CONSORZI - IAT	Coinvolgimento IAT e sedi Consorzi a supporto della comunicazione del Brand (distribuzione del materiale cartaceo - arredamento - cartellonistica)
OPERATORI TURISTICI (albergo, noleggio, ristorante)	Coinvolgimento nelle azioni - Modalità gestione Brand e materiale promozionale
INFRASTRUTTURE (ciclabili, impianti sportivi..) LUOGHI (musei, castelli, ville)	Luoghi strategici e infrastrutture che possono dare visibilità al brand in coerenza con i suoi valori TOTEM e INFOPOINT brandizzati

6_GESTIONE DELLA MARCA E GOVERNANCE DEL BRAND

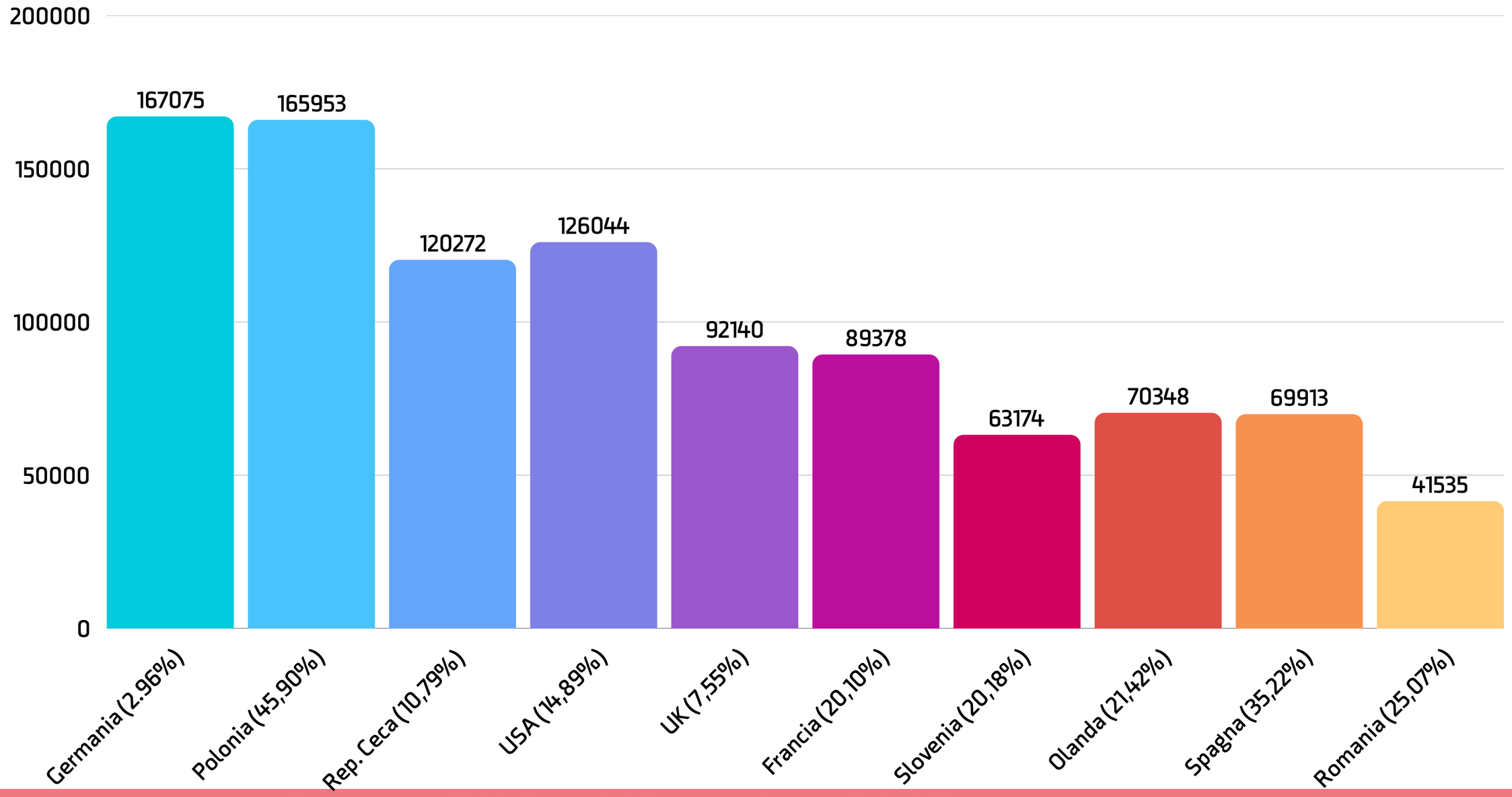
- Coinvolgimento del territorio
- Monitoraggio del Brand
- Gestione e Governance
- Partenariato - Patrocinio

MERCATI E FLUSSI 2024

Top 10 mercati esteri

Gennaio 2024 - Novembre 2024

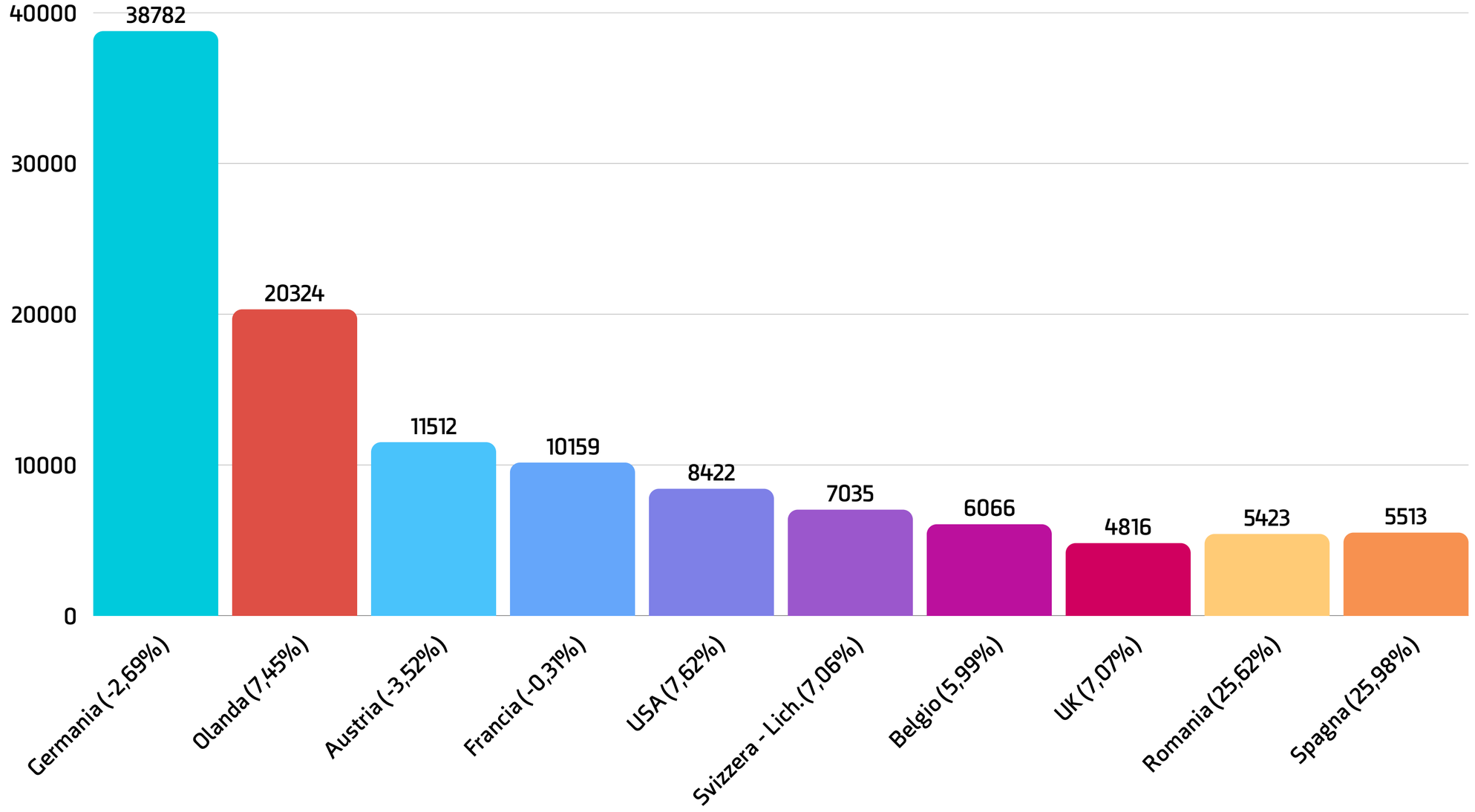
STL: DOLOMITI



Top 10 mercati esteri

Gennaio 2024 - Novembre 2024

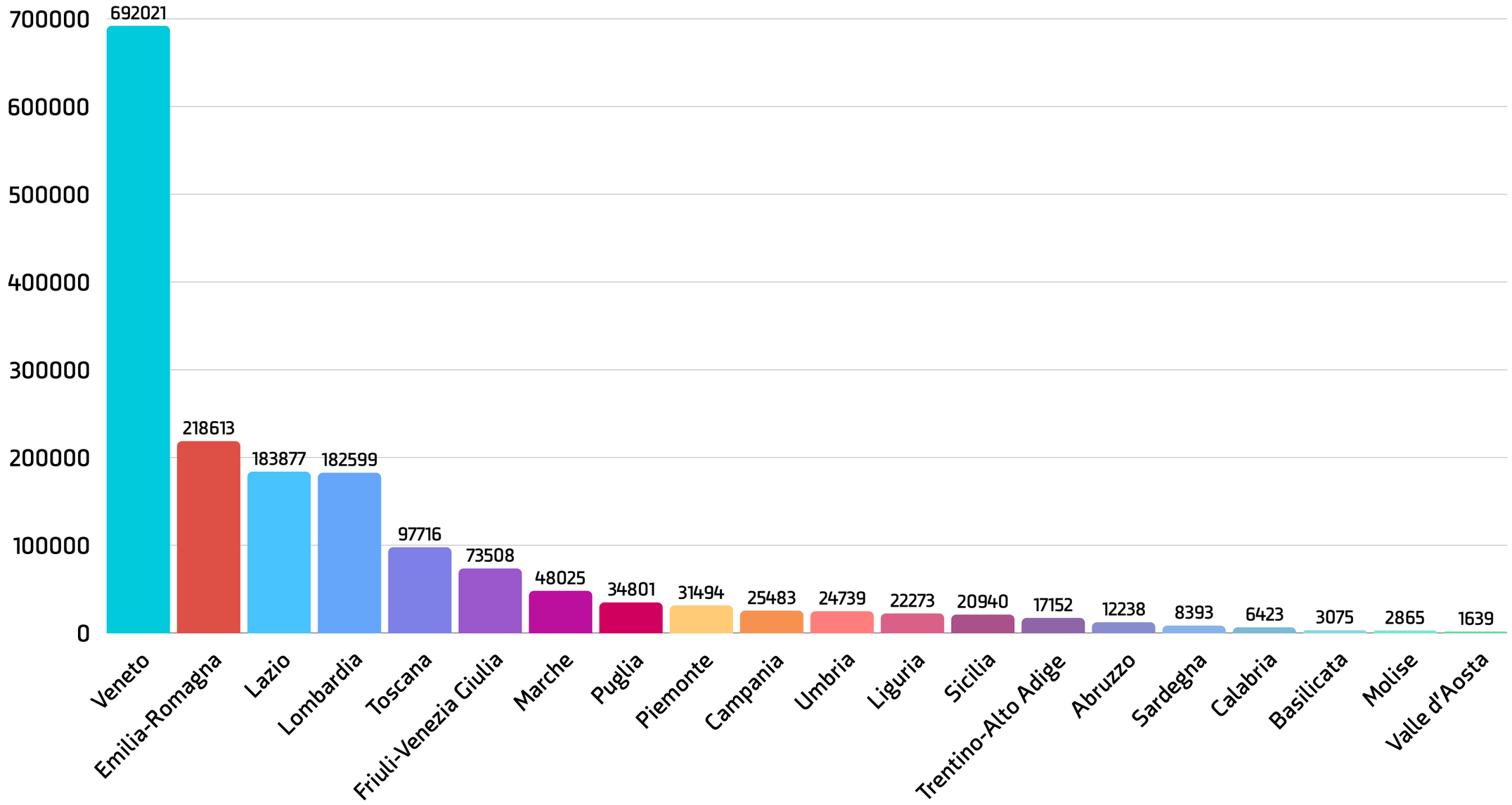
STL: BELLUNO



ITALIA (Regioni)

STL: DOLOMITI

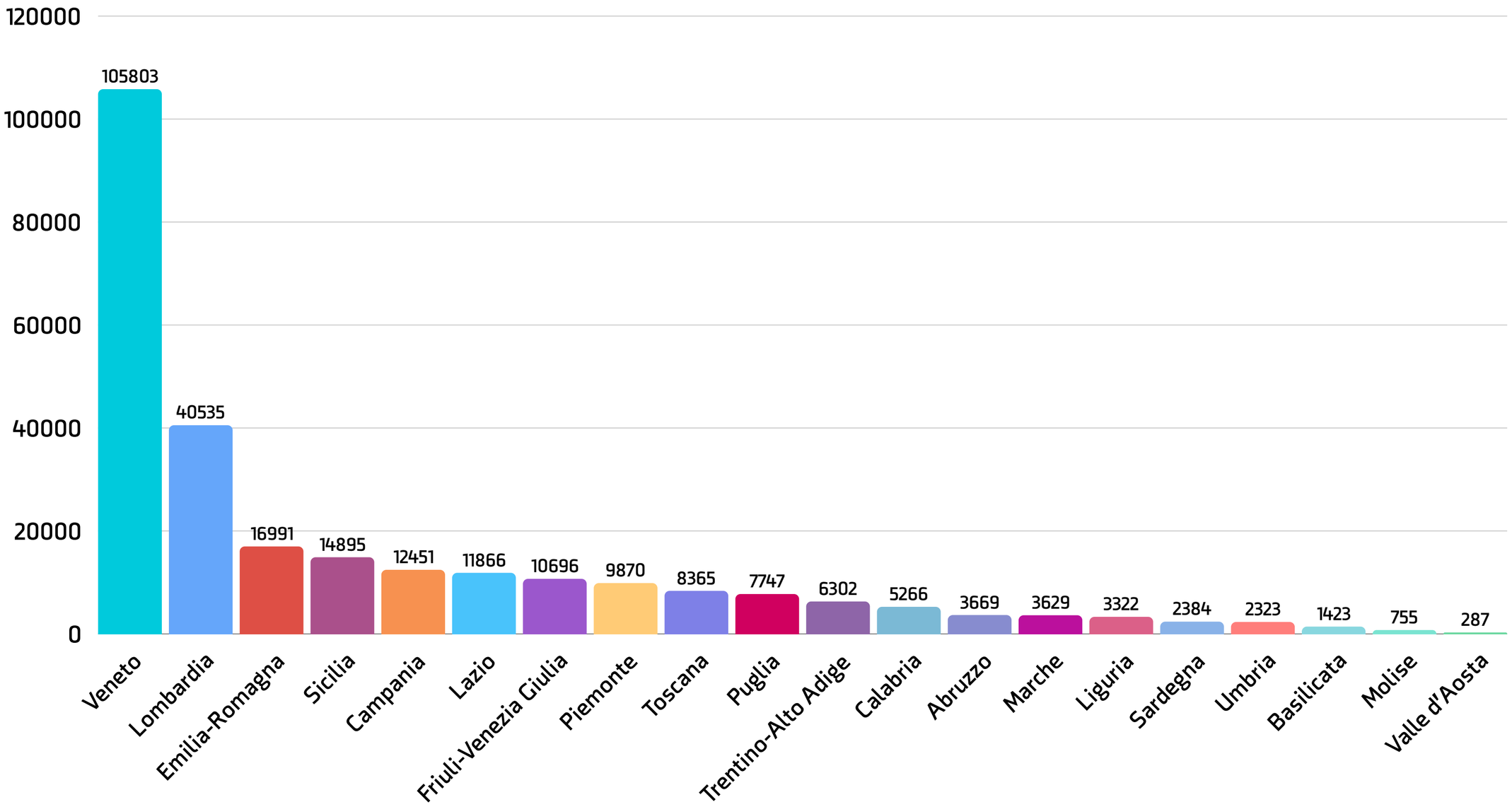
Gennaio 2024 - Novembre 2024



ITALIA (Regioni)

STL: BELLUNO

Gennaio 2024 - Novembre 2024



DOLOMITI
BELLUNESI
The Mountains of Venice