MOVIMENTO MARSALA DESTINAZIONE TURISTICA (M.M.D.T.)

Il M.M.D.T. nasce per realizzare la ***Destinazione Turistica Marsala****, un Team di professionisti del settore turistico a servizio della città per un progetto complesso che prevede un programma esclusivamente per il turismo (che presenteremo alle prossime elezioni amministrative 2020) e tutta una serie di azioni con i seguenti scopi:* ***1) migliorare la qualità dei servizi offerti ai turisti; 2) incrementare il numero di turisti; 3) aumentare i giorni della loro permanenza in città.***

Cosa significa Destinazione Turistica?
Una destinazione turistica può essere definita come un'area geografica circoscritta che è meta di flussi turistici in virtù della presenza di fattori ambientali favorevoli e di un'offerta di servizi strutturata.

Si parla, più nello specifico, di attrazioni e attrattive come suoi elementi tipici. Le attrazioni sono le caratteristiche naturali o artificiali del territorio, mentre le attrattive rappresentano il complesso dei servizi turistici che il sistema produttivo locale può offrire al visitatore per fruire delle attrazioni della destinazione, a partire dalle agenzie di incoming, dagli uffici di informazione e accoglienza turistica, dalle aziende di trasporto e da tutte le imprese di alloggio e ristorazione dislocate sul territorio.

Cosa significa Destination Management?
Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo, la Destination Management è la gestione coordinata di tutti gli elementi che compongono una destinazione (attrazioni, accesso, marketing, risorse umane, immagine e prezzi). Esso adotta un approccio strategico per collegare tra loro entità molto diverse per una migliore gestione della destinazione.

Marsala, 20ª città nella classifica Siciliana per flussi turistici? (dati 2018 libero consorzio TP)
La competitività turistica di un territorio trae origine dalla dotazione di risorse di cui dispone. Tuttavia è comune trovare territori che, pur se dotati di rilevanti fattori di attrazione, non sono in grado di reggere la competizione. Ció dipende in larga parte dalla scarsa capacità di integrarli con un adeguato mix di servizi turistici e di dar vitaa comportamenti piú collaborativi e manageriali.

Prof. Angelo Presenza ((libro: Destination Management Organization - ruolo e organizzazione)

UNA CITTA' PER CAMBIARE.

(*Una città cambia se cambia il punto di vista di ogni suo cittadino***)**

Il presente progetto di Programma andrà realizzato entro 60 mesi dalla sua presentazione, condivisione e messa in atto, scandendo tre precisi periodi di attuazione.

▶da realizzare entro 12 mesi - ■da realizzare entro 36 mesi - ●da realizzare entro 60 mesi.

1. DECORO & IMMAGINE DELLA CITTÀ

1.1 ▶ *"App Segnalazione del Cittadino"*. Utilizzo di un'applicazione che i cittadini potranno installare liberamente sul proprio smartphone (Android o iOS) per segnalare al Comune problemi quali: arredamento urbano, discariche abusive, pericoli per l'incolumità pubblica e disservizi vari.
Il sistema avrà le seguenti caratteristiche:
1) Il cittadino fa una foto al problema e crea un "ticket";
2) l'App in automatico geolocalizza la posizione ed invia foto e posizione all'ufficio di competenza;
3) il ticket riceve uno dei seguenti gradi di priorità: verde (72 ore), arancione (48 ore), rosso (24 ore) per indicare i tempi necessari alla risoluzione del problema e alla chiusura del ticket;
4) l'ufficio di competenza risolve il problema, fa una foto e il cittadino riceve la notifica;
5) tutti i ticket sono gestiti da un sistema "*cloud*" consultabile dal dirigente di settore, dall'Assessore di riferimento e dal Sindaco.

1.2 ▶ "*Centro storico, il salotto della città"*. Tutta l'area che si trova dentro le "porte" del centro storico sarà definito "*IL SALOTTO DI MARSALA*".
1) In questa area dovrà essere garantita una ronda continua di agenti di pubblica sicurezza in divisa (dotati di scooter a due ruote elettrico segway);
2) restyling immediato dei contenitori colorati per la differenziata nel centro città, e loro adeguamento stilistico, o creazione di nuovi contenitori più idonei allo stile barocco;
3) rimodulazione della raccolta differenziata con l'obiettivo di non avere più piccole discariche a cielo aperto di cartoni, bottiglie e altri rifiuti generati dai commercianti;
4) nuove procedure di raccolta di tali rifiuti per eliminare gli orrendi, antiestetici e ingombranti contenitori (verde, marrone, giallo, grigio, blu) attualmente a disposizione dei commercianti;
5) continua turnazione degli operatori ecologici per il centro città e a vantaggio delle attività commerciali, per una raccolta "*on-demand*" con mezzi elettrici e con aspiratore Glutton;
6) omogeneità del design dell'arredamento (tavoli, sedie, gazebi, ecc) delle attività di ristorazione nel "Salotto di Marsala".

1.3 ▶ Autobotte comunale a disposizione dei ristoratori nei giorni di mancanza d' acqua.

1.4 ▶ "*Marsala InFiore"*. Un concorso aperto a cittadini privati e commercianti con i seguenti temi:
TEMA 1) Balconi InFiore - riservato ai cittadini privati;
TEMA 2) Strade InFiore - riservato ai commercianti.
Lo scopo di questo concorso sarà quello di rendere Marsala più bella, colorata, accogliente ed unica.

1.5 ■ Rimozione "Isola Ecologica" dalla zona "Signorino".

1.6 ● "V*erde Pubblico"*.
1) Caratterizzazione del tratto costiero attraverso la realizzazione di un "PARCO LINEARE";
2) riambientazione del tratto di strada che va dal Monumento ai Mille a Porta Garibaldi;
3) riambientazione dell'ingresso alla città da via Salemi;
4) rigenerazione di Porticella;
5) riambientazione delle aree Ospedale e Sossio;
6) parco di Salinella.

1.7 ● "*MarsalArt"*. Bando pubblico di idee creative, miranti alla proposizione di un nuovo e proficuo arredamento urbano, identitario della città sotto gli aspetti di riconoscibilità simbolica: vino/uva - fragole - fiori - mare - sole - arte - storia - tradizioni gastronomiche ed industriali.

1.8 ● "*Water Front"*. Rilancio del lungomare dal Monumento ai Mille al circolo velico con percorsi sportivi e verde pubblico.

1.9 ● "*Marsala Gates"*. Curare gli ingressi della città, nostro "biglietto da visita".

2. DESTINAZIONE TURISTICA

2.1 ▶Creazione di una Destination Management Organization (DMO) con partecipazione pubblico/privata.

2.2 ▶Candidare la città per eventi internazionali di rilievo.

2.3 ▶Studio di Marketing Operativo con l'utilizzo di tutti i nuovi e più attuali strumenti di comunicazione (social media, influencer, blogger, youtuber).

2.4 ▶Creazione di un'attività identificativa dal titolo *"Il merito dei PRIMI". (Ad intervalli regolari l'Assessorato al Turismo realizzerà "oggetti di comunicazione da primato" che faranno di Marsala la prima città ad averli realizzati. A livello provinciale e/o regionale e/o nazionale).*

2.5 ▶Realizzazione del PORTALE di Destinazione Turistica Marsala e relativa App che permetta al turista anche di comporre ed acquistare pacchetti turistici "all inclusive" (es. giro della Laguna + visita in cantina).

2.6 ▶In modalità Istituzionale, la realizzazione di liberi concorsi di idee relativi alla promozione fotografica, filmica e di altro genere con contenuti creativi - *"copyright-free"* - e premiati dall'Amministrazione con un bonus in denaro o altro genere di remunerazione gratificante. Il materiale prodotto verrà inserito in un database online e messo a disposizione gratuitamente di chiunque voglia promuovere la città (es. gli albergatori nei loro personali Web Site).

2.7 ■Accordi di media-mix con trasmissioni TV, portali turistici internazionali, reti TV nazionali e locali, per la programmazione di video promozionali della città e del territorio.

2.8 ■*"Attività/Esperienze Turistiche"*. Creare nuove attività ed attrazioni per i turisti (es. trekking, cammini, sentieri dei vigneti in bike, ecc.) sviluppare e migliorare quelle già esistenti. Metterle in rete e sviluppare un portale multilingua attraverso cui il turista possa effettuare prenotazioni. Ugualmente, le strutture ricettive potranno recuperarvi informazioni e/o acquistarvi i biglietti per conto del turista.

2.9 ■Supporto per la creazione di Associazioni di categoria (ristoratori, servizi turistici, commercianti, ecc.) per favorire il dialogo con l'amministrazione pubblica in maniera unitaria.

2.10 ■Accordi con aziende di trasporto (pulman) per organizzare gite a Marsala da altre città siciliane

2.11 ●"*MarsalaCityPass*" (ingressi, sconti, trasporti, unico per accesso ai siti turistici comunali).

2.12 ●Implementazione di tutte le strategie ed azioni previste per una "Destinazione Turistica".

3. SPIAGGE & MARE

3.1 ▶Pulizia delle spiagge dal 1° giugno al 30 settembre.

3.2 ■Tutte le spiagge pubbliche dovranno essere accessibili ai disabili, avere una postazione con docce, spogliatoi, contenitori per rifiuti, tabella informativa, video sorveglianza e webcam turismo.

3.3 ■Individuazione di una spiaggia dog-friendly attrezzata per cani (recinti, coperture, acqua, ecc).

3.4 ●Individuazione di una spiaggia con corridoio di lancio per jetski, banana, ecc.

3.5 ●Ripascimento delle spiagge erose.

3.6 ●*"City Beach"*. Rendere fruibile la spiaggia tra il circolo velico e la Salinella.

3.7 ● Pulizia delle spiagge dal 1° maggio al 15 ottobre.

3.8 ●*"San Teodoro Beach Village"*. Rilancio e sviluppo della zona di San Teodoro.

3.9 ●Affrontare la questione posidonia nelle spiagge frequentate dai bagnanti.

3.10 ●*"Beach in Bus"*. 2 linee bus; una dal centro verso i lidi sud e una dal centro verso San Teodoro.

3.11 ●Realizzazione di un percorso pedonale dal Lido Pakeka a Lido Signorino.

4. ASSESSORATO AL TURISMO

4.1 ▶Costante supervisione degli itinerari turistici da parte dell'Assessore al Turismo per verificare il buono stato dell'arredamento urbano, eventuali discariche abusive e tutto quello che concerne l'immagine della città.

4.2 ▶Nessuna altra delega, incompatibile con il turismo, da assegnare all'Assessore.

4.3 ▶Staff a sostegno dell'Assessore composto: destination manager, direttore creativo (comunicazione), direttore artistico (spettacoli), direttore sportivo, esperto social media, webmaster.

4.4 ▶*"Marsala Meeting Point"*. Un incontro aperto a tutti gli operatori del settore turistico da svolgersi una volta a febbraio (per programmare la stagione estiva) e una volta a novembre (per discutere i risultati della stagione estiva).

4.5 ■ Creazione di una *"Consulta del Turismo"*.

5. EVENTI

5.1 ▶*"Calendario degli Eventi"*. Realizzazione di un calendario di eventi su 12 mesi, inserendo quelli già esistenti, oltre a tutta una serie di eventi nuovi da realizzarsi attraverso la pubblicazione di un bando. Il Calendario dovrà essere completato, non meno di sei mesi prima della realizzazione del primo evento in programma, così da permettere un'adeguata promozione dello stesso.

5.2 ▶*"Kit Eventi"*. Il Comune, attraverso l'Assessorato al Turismo, sarà compartecipe di tutti gli eventi calendarizzati e fornirà un kit evento composto da: supporto disbrigo pratiche, palco (compreso montaggio e smontaggio), sedie, SIAE, allaccio elettrico, transenne, piano di sicurezza, servizio di pulizia prima/durante/dopo l'evento, casette in legno, esenzione tassa suolo pubblico e affissione.

5.3 ■Creare nuovi spazi comunali messi a disposizione degli artisti per performance, esposizioni, atelier e piccoli eventi culturali. E, inoltre, sovvenzionare quelli già esistenti.

5.4 ■*"Notte Bianca"*. Da fare una volta al mese (da magg. ad ott.) con i negozi aperti e spettacoli.

5.5 ■Organizzare concerti con artisti nazionali ed internazionali presso lo stadio comunale.

6. LAGUNA DEI FENICI (*Lo Stagnone*)

6.1 ▶Operatore ecologico, ad intervento continuato, dalla Lega Navale fino al Resort Santa Maria e dalla rotonda dell'aeroporto via s.p. 21 fino alla Lega Navale.

6.2 ▶Manutenzione programmata di tutta l'area frequentata dai turisti con pulizia del litorale e sistemazione della segnaletica turistica e manto stradale.

6.3 ▶Promozione su web,social media e cartaceo per promuovere "Laguna dei Fenici (*Lo Stagnone*)"

6.4 ■Mappatura dei spot kite per migliorare gli interventi di soccorso.

6.5 ■Sistema automatizzato "allarme raffiche di vento" da posizionare in tutti gli spot della Laguna da realizzare tramite l'installazione di un palo numerato con indicazione vento e cartello info (la numerazione del palo servirà anche per la mappatura per gli interventi in ambulanza).

6.6 ■Imbarcadero Storico: sistemazione logistico-igienica e d'immagine.

6.7 ■Realizzazione di un minisito "Laguna dei Fenici (*Lo Stagnone*)" all'interno del portale turistico della città.

6.8 ●Creazione di un Presidio Medico stagionale in zona Spagnola per garantire un pronto intervento in caso di infortuni.

6.9 ●Cartellonistica informazioni turistiche compatibile con l'ambiente circostante.

7. AEROPORTO “Vincenzo Florio”

7.1 ■*“Cinque proposte da prendere al volo”*.
1) Destinare il 10% della tassa di soggiorno per l’acquisto di spazi pubblicitari presso l'aeroporto;
2) 10% della tassa sui servizi turistici per l’acquisto di spazi pubblicitari presso l’aeroporto;
3) accordo con le strutture ricettive alberghiere ed extra alberghiere, attraverso le loro associazioni (*A.S.E. Associazione Strutture Extralberghiere e A.S.T. Associazione Strutture Turistiche*), di versare all’Airgest 1€ a notte per ogni turista ospitato nella propria struttura;
4) versare all’Airgest l’addizionale comunale che spetterebbe al Comune di Marsala;
5) raccolta firme presso gli imprenditori della città di Marsala per chiedere alla Camera di Commercio di destinare una parte dei diritti camerali (versati dagli stessi) alle casse dell’ Airgest.

7.2 ■Sistema efficiente di servizio bus pubblico dall’aeroporto al centro città.

7.3 ●Cambio naming dell'aeroporto in “Trapani-Marsala”.

7.4 ●Addizionale Comunale spettante al Comune di Marsala.

7.5 ●Realizzazione di un percorso pedonale dalla rotonda dell’aeroporto al Resort Santa Maria.

8. PORTO/MARINA DI MARSALA

8.1 ▶Sostegno allo sviluppo del progetto.

9. RISORSE ECONOMICHE PER LO SVILUPPO DELLA DESTINAZIONE TURISTICA

9.1 ▶*“Imposta sui servizi turistici”*. Questa imposta di scopo dovrà essere utilizzata esclusivamente dall’Assessorato al Turismo per migliorare i servizi ai turisti, l’immagine della città, la promozione e la crezione della Destinazione Turistica Marsala. Istituzione di una nuova imposta sui servizi turistici (visita in cantina, noleggio, escursioni, tour delle isole, ecc) di 1€ a persona (o costo fisso a mezzo noleggiato o % sul fatturato annuo). Tale imposta non si applica alle aziende che forniscono il servizio ma ai turisti che ne fruiscono. Sono esclusi dal pagamento i turisti che pagano l’imposta di soggiorno a Marsala ed i residenti. L'imposta sui servizi turistici chiede un contributo a coloro che visitano la città senza fermarsi, che usufruiscono del territorio e consumano le risorse senza partecipare alle spese necessarie per produrle (vedi i pullman che arrivano da Palermo, le navi da crociera da Trapani, vacanzieri dalle città limitrofe a marsala).

9.2 ▶*“Imposta di soggiorno”*. Questa imposta di scopo dovrà essere utilizzata esclusivamente dall’Assessorato al Turismo per migliorare i servizi ai turisti, l’immagine della città, la promozione e la crezione della Destinazione Turistica Marsala. Inoltre si dovranno adottare i seguenti punti:
1) diminuire l’imposta di soggiorno per notte per persona;
2) eliminare il limite dei 5 giorni ed estenderla per tutta la durata del soggiorno;
3) sviluppo di un software per permettere al turista di pagare in autonomia l’imposta direttamente al Comune bypassando l’albergatore (mantenendo anche la procedura attuale);
4) pubblicazione degli incassi dell’imposta di soggiorno;
5) rendicontazione di come viene utilizzata l’imposta.

9.3 ■*“Consorzio West Sicily”*. Ritiro dall’accordo e dirottamento dei fondi recuperati per la creazione della Destinazione Turistica autonoma per la città di Marsala.

10. CANTINE

10.1 ■*"Enoturismo"*. Adeguamento delle cantine, che fanno enoturismo, alla nuova legge che regolamenta l'attività così da avere tutti uno standard riconosciuto quale indice di qualità.

10.2 ■*"Domenica InCantina"*. Turnazione domenicale (1/2 cantine alla volta) così da permettere ai turisti di fruire di questa attrazione anche nel week-end. Sviluppo di nuove attività all'interno delle cantine (es. art and wine, books and wine, ecc).

10.3 ■*"Wine wedding destination"*. La Sicilia è una delle mete preferite per festeggiare i matrimoni sia per gli stranieri che per i Vip (crf Wine Sicily di gennaio). Bisogna investire sullo sviluppo di questo segmento. Già il settore esiste, le cantine ospitano matrimoni da anni, i luoghi come Mozia stanno iniziando ad essere catalizzatori, ma pensiamo anche a tutto il centro storico o ai luoghi naturalistici come le saline o le nostre spiagge.

10.4 ■*"Taste&Touch"*. Progetto per realizzare wine tour e visite in cantina per i ciechi e sordi.

10.5 ●*"Buy&Fly"*. Acquista il vino in cantina durante il wine tour e ritira dopo il varco sicurezza in aeroporto nella zona dei gates.

10.6 ●*"Museo del Vino"*. Realizzazione di un museo del vino con un mix di tecnologie moderne e tradizioni del territorio.

11. ALTRE ATTIVITA'

11.1 ▶Spostare il "*Mercato del Contadino*" in altra location più centrale e idonea allo sviluppo commerciale del centro città, liberando il parcheggio.

11.2 ▶Organizzazione di corsi livello base di inglese e social media per gli operatori del settore turistico.

11.3 ■Convenzione con le due ProLoco di Marsala per definire e lavorare per il raggiungimento dei stessi obiettivi.

11.4 ■Sensibilizzazione scolastica per gli alunni di ogni ordine e grado attraverso uno specifico programma di incontri con esperti del settore archeologico e vitivinicolo con visite guidate di approfondimento.

11.5 ●Istituzione di un fondo comunale, con eventuale partecipazione di altri Enti territoriali, ma anche di privati e aziende, destinato a un programma periodico di attività di restauro, manutenzione, ricerca e valorizzazione dei luoghi e delle opere di interesse cittadino.

11.6 ●Progettazione di una rete di percorsi tematici che raggruppino più luoghi di interesse, con pagamento di un biglietto unico o proporzionato al numero di tappe scelte, supportata da adeguati mezzi pubblici di trasporto, strumenti di informazione (personale di accoglienza e accompagnamento, pannelli multilingue, indicazioni stradali) e adatta a soddisfare anche le esigenze dei disabili.

11.7 ●Creare gemellaggi e scambi a livello artistico culturale con altre città e paesi limitrofi.

11.8 ●Segnaletica turistica in doppia lingua.

11.9 ●Recupero dei capannoni dismessi lungomare Mediterraneo da destinare ad eventi, fiere, attività per bambini e giovani.

11.10 ●*"Made in Marsala with love";* Creare un marchio di qualità per identificare e pruomuovere i prodotti a km 0 prodotti a Marsala.

11.11 ●L'ufficio turistico deve garantire la presenza di personale con conoscenza almeno della lingua inglese. Anche con l'ausilio di studenti dell'Istituto Tecnico per il Turismo di Marsala.

12. CONTRADE

12.1 ■ “*Contrade InFesta”*. Il Comune sarà compartecipe degli eventi che ogni anno si organizzano nelle Contrade, mettendo a disposizione un “kit evento” per agevolare gli organizzatori. Il Comune farà anche un bando per creare nuovi eventi nelle contrade e li metterà in rete tramite la pubblicazione di un giornalino dove verrà pubblicato il calendario degli eventi e una breve descrizione (in lingua italiana ed inglese).