



Speciale del periodico **Il Sindaco Informa**

Marzo 2024/01



Città di
San Gimignano

Più di una storia

Una nuova campagna di promozione, con al centro le persone, per la destinazione turistica San Gimignano.

sangimignano.eu



unesco

Sito del
Patrimonio Mondiale

SAN GIMIGNANO

LA NUOVA CAMPAGNA PER UN TURISMO CONSAPEVOLE

Si chiama **"Più di una storia"** ed è ispirata a storia, architettura e valori della città: **nuovo logo** (City Brand), nuova **cartellonistica per il Centro Storico** Patrimonio dell'Umanità e un **rinnovato Ufficio Informazioni e Accoglienza Turistica**. Presentati i dati sui visitatori: stagione sempre più lunga e sentiment degli ospiti elevato.

Si tratta di un nuovo percorso nella valorizzazione e nella promozione di San Gimignano. La città rinnova la propria immagine e lancia la campagna di comunicazione **"San Gimignano: più di una storia"**, che racconta lo stretto legame tra il territorio, la cultura locale, la comunità e i servizi cittadini. Insieme alla campagna, sono stati realizzati una **nuova immagine coordinata**, una **nuova casa digitale** (www.sangimignano.eu), un **rinnovato**

ufficio di Informazione e Accoglienza Turistica, una nuova cartellonistica per il Centro Storico Patrimonio dell'Umanità e **nuovi contenuti digitali**.

Nella **presentazione pubblica** che si è svolta in Sala Dante il 16 Dicembre 2023, alla presenza di rappresentanti del Ministero del Turismo, del Ministero della Cultura, della Regione Toscana e di ENIT sono stati illustrati i primi risultati del progetto **"San Gimignano: con gli occhi della città, guarda, racconta e rispetta il Patrimonio dell'Umanità"**, promosso dal Comune di San Gimignano e finanziato dal Ministero del Turismo, che si pone l'obiettivo di rafforzare l'attrattività della destinazione attraverso strategie innovative di **marketing e comunicazione**, strumenti evoluti di **monitoraggio**, percorsi di **coinvolgimento degli operatori** per la qualificazione dell'offerta.

Declinazione del marchio e della nuova Identità Visiva sui principali strumenti di comunicazione e promozione turistica.



IL NUOVO BRAND TERRITORIALE

Il **nuovo logo della città** è il risultato più visibile di una più ampia operazione di *rebranding* volta a **rafforzare l'identità visiva di San Gimignano**, grazie ad uno studio attento dei suoi valori e del suo retaggio storico, così come della volontà di raccontarsi all'interno del nuovo panorama della domanda turistica. La concezione del logo, nelle forme così come nei colori, si è mossa attorno agli **elementi caratteristici di San Gimignano**: le mura, le torri, il Medioevo, le tradizioni, gli affreschi, il rapporto tra centro storico e campagna circostante, il fiume Elsa. Al centro, l'intersecarsi di tre concetti portanti: lo **skyline**, il **dinamismo** e l'**inclusione**. Un marchio coerente con il passato del luogo, coordinato da un punto di vista stilistico, funzionale nella rappresentazione iconica della città. La nuova identità visiva verrà utilizzata per la prima volta nella **campagna "Più di una storia"**, che sarà lanciata in vista della stagione turistica 2024. La campagna si pone l'obiettivo di partire dal posizionamento del territorio di San Gimignano riconosciuto globalmente, per aggiungere **inedite chiavi di lettura e ulteriori motivazioni di viaggio** per gli ospiti da tutto il mondo.

Alla base della campagna, **le storie dei cittadini** di San Gimignano si intrecciano con **la storia della città**, con la volontà di mettere al centro l'elemento umano in una call to action che vede gli operatori direttamente coinvolti nell'organizzazione dell'offerta turistica correlata al rinnovato sistema dell'informazione e comunicazione della città, in continuità con il percorso già avviato di partecipazione e animazione territoriale. Ulteriori **"storie" raccontate da chi vive e lavora nel territorio di San Gimignano** che, in virtù dei valori di vicinanza e autenticità che richiede il turismo sostenibile, contribuiranno ad attrarre nuovi visitatori e a differenziare la già ricca proposta turistica.



I DATI SUL TURISMO 2023

Presentati anche i **dati aggiornati sul turismo**, emersi dall'indagine svolta da The Data Appeal Company, che ha esaminato numerosi siti web e pagine social. I risultati evidenziano come la stagione 2023 abbia registrato un **+25% di tracce digitali**; i flussi di viaggiatori giunti dall'estero rappresentano un **10% in più rispetto alla media regionale**, di cui la maggior parte provenienti da Germania, Francia, Spagna, USA e Australia. È stata registrata inoltre una **soddisfazione – tecnicamente chiamata sentiment** – molto elevata tra i visitatori, con **oltre l'89% che ha apprezzato l'esperienza di viaggio**. Anche questo dato risulta in crescita: **+1,1% rispetto al 2022** e **superiore di 2 punti percentuali rispetto alla media regionale**.

A partire dal 25 aprile e per tutto l'arco della stagione estiva, le tracce digitali raccontano una positiva costanza nell'afflusso turistico. È stata rilevata inoltre **una crescita nel settore dell'ospitalità del 3%**. La tipologia principale di turisti risultano essere **le coppie**, che rappresentano il 60% di tutte le tracce digitali. San Gimignano ha mantenuto, nei sei mesi analizzati, un **alto grado di saturazione delle strutture ricettive**, sfiorando l'esaurimento della disponibilità di posti letto in occasione delle festività del 25 aprile e del 2 giugno. Successivamente, le **prenotazioni hanno superato l'80%** per luglio, agosto e settembre, con numeri più elevati a settembre rispetto alle ultime due settimane di agosto.



IL COMMENTO DELLA GIUNTA COMUNALE

"La stagionalità del turismo, come dimostrano i dati presentati, si sta allungando e questo è per noi il fattore decisivo su cui lavorare - hanno affermato il Sindaco di San Gimignano, Andrea Marrucci e l'Assessora Carolina Taddei -. Il bilancio stagionale, che misura la stabilità di una destinazione rispetto al periodo, evidenzia un netto miglioramento rispetto agli anni del Covid e, soprattutto, rispetto al 2019. Vogliamo continuare su questa strada attuando appieno il percorso di qualificazione e di riposizionamento della nostra destinazione turistica, rafforzando il brand del nostro territorio e la sua narrazione, anche grazie al nuovo logo e a una nuova campagna di comunicazione che racconti San Gimignano facendo leva sui valori autentici che la comunità e il territorio esprimono. Desideriamo valorizzare i tanti operatori e le tante realtà che contribuiscono a rendere unica l'esperienza di viaggio nel nostro Comune, come gli elevati indici di gradimento continuano a dirci. Il traguardo raggiunto in questo 2023 - concludono - non può che essere uno stimolo a lavorare con altrettanta convinzione in vista dei prossimi anni, con risorse adeguate, con strumenti rinnovati e con nuovi contenuti digitali".

La presentazione della campagna segna l'inizio di una **nuova fase di attività** che vedrà il progressivo sviluppo degli strumenti e delle azioni di promozione 2024 in cui saranno **direttamente coinvolti gli operatori locali**. Tutto questo si inserisce nel quadro del progetto **"San Gimignano: con gli occhi della città, guarda, racconta e rispetta il Patrimonio dell'Umanità"** promosso dal Comune di San Gimignano e finanziato dal **Ministero del Turismo**, che vede il coinvolgimento di un gruppo di lavoro coordinato dalla società in house del Comune Terre di Siena LAB srl e formato da Opera Laboratori, agenzia di Comunicazione Ciclica srl, dall'Agenzia di Comunicazione e Public Affairs Galli Torrini e da The Data Appeal Company.

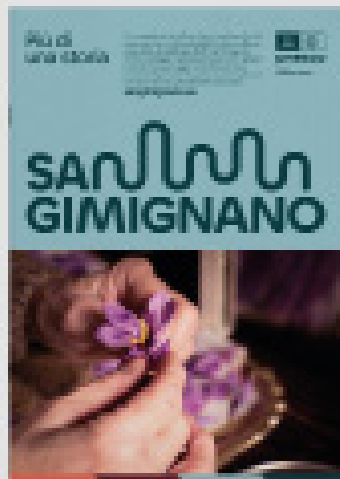
sangimignano.eu

Scopri le storie delle persone, delle eccellenze e dei luoghi di San Gimignano



Progetto finanziato dal Ministero del Turismo.

Fondo in favore dei comuni a vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica, nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall'Unesco patrimonio mondiale dell'umanità.



Comune di
San Gimignano

SAN
GIMIGNANO

