

VISION E GOVERNANCE

I FONDAMENTALI DI UNA DESTINAZIONE TURISTICA

UNA DESTINAZIONE TURISTICA A MISURA DI FAMIGLIA:
LA CREAZIONE DI RETI TRA I DIVERSI SOGGETTI DEL SISTEMA TURISTICO

Giovedì 28 maggio

GLI ELEMENTI DELLA DESTINAZIONE

ATTRATTORI



OPERATORI (TURISTICI E DELL'INDOTTO)



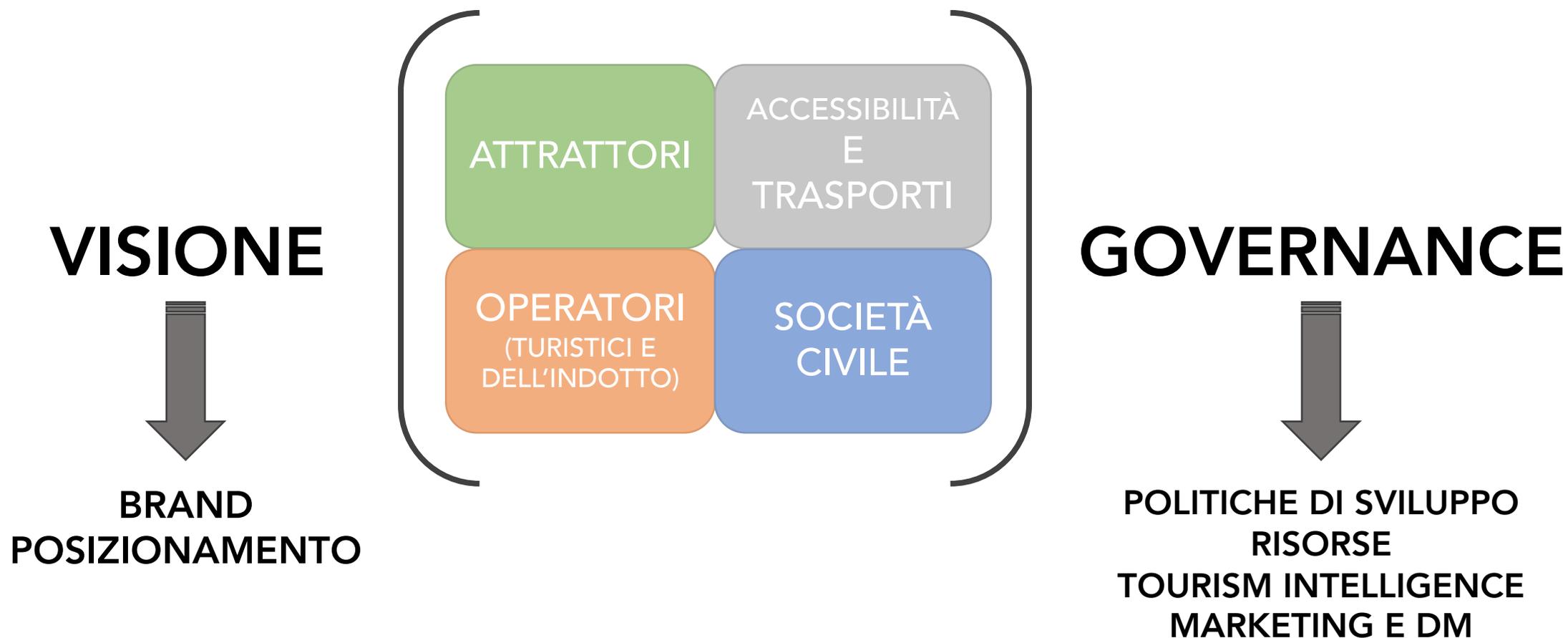
ACCESSIBILITÀ E TRASPORTI



SOCIETÀ CIVILE



I COLLANTI DELLA DESTINAZIONE



ESEMPIO 1 JESOLO

UNA DESTINAZIONE
GIÀ AFFERMATA

VISIONE

Destinazione
BALNEARE
all'avanguardia e
internazionale

GOVERNANCE

PUBBLICO-PRIVATA

Comune di Jesolo

È l'interlocutore politico al centro della relazione tra Regione Veneto, il litorale e l'entroterra (OGD Jesolo-Eraclea) e gli stakeholder locali

Associazioni di categoria

Definiscono con il Comune le strategie di sviluppo e si occupano della messa a terra sul fronte degli operatori, implementando le azioni di marketing e la creazione di reti di prodotto (es. Venice Sands)

ESEMPIO 2 OCTAVIA

UN TERRITORIO
CHE STA MUOVENDO
I PRIMI PASSI

VISIONE

Una destinazione
SLOW per famiglie,
da fruire in modo
sostenibile
*(a piedi, in bici, a
cavallo, sul fiume)*

GOVERNANCE

PUBBLICA

Associazione Octavia

È la rete di comuni costituitasi appositamente per favorire lo sviluppo turistico-territoriale di un'area che, sino ad oggi, non ha avuto una chiara vocazione e che risente della carenza di iniziativa del comparto turistico privato.

ESEMPIO 3 FRANCIACORTA

UNA DESTINAZIONE
CHE SI STA EMANCIPANDO

VISIONE

Destinazione
ENOTURISTICA di
charme e prestigio
con un anima
sostenibile

GOVERNANCE

PRIVATA

Consorzio di tutela del vino

Sono i produttori di vino i fautori e i finanziatori delle politiche di sviluppo turistico, mossi da un interesse privatistico di aumentare il numero di visitatori presso le loro cantine

Strada del Vino Franciacorta

È il braccio operativo del Consorzio cui compete l'implementazione delle azioni di marketing e promozione e il dialogo con il sistema pubblico locale

ESEMPIO 4

VALLI DI LANZO

UNA DESTINAZIONE
CHE SI STA RIPENSANDO

VISIONE

Destinazione
OUTDOOR per un
pubblico di sportivi
e appassionati
(*climbing, bike,
trekking*)

GOVERNANCE

PUBBLICO-PRIVATA

GAL Valli di Lanzo

È il soggetto chiamato a fare sintesi tra le diverse anime e visioni politiche locali (2 unioni di comuni) e a indirizzare le risorse verso una politica di sviluppo coerente

Consorzio Operatori Turistici

È l'unica rete di operatori del territorio, ancora non rappresentativa di tutto il settore, che condivide con il GAL la strategia di sviluppo essendone spesso attuatore

ALCUNI SPUNTI IN CONCLUSIONE

1. Tanti elementi, se non a sistema, non fanno una **DESTINAZIONE**
2. Ogni destinazione ha una sua **IDENTITA'**, forte e univoca
3. La **VISIONE** deve essere condivisa e messa a terra dalla massima parte degli **ELEMENTI** della destinazione
4. La **GOVERNANCE** può essere il frutto di uno stimolo **PUBBLICO** o **PRIVATO**, ma deve esserci e deve guardare al lungo periodo
5. L'affermazione di una nuova **DESTINAZIONE** è un processo molto lungo. Ma se non si parte, non si arriverà mai...
6. Il post Covid-19 può essere una straordinaria opportunità per quelle destinazioni meno battute che possono garantire spazi aperti



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

ENRICO FERRERO

WWW.IDEAZIONESRL.IT