

15/04

Principi e criteri per istituire organizzazioni turistiche efficaci negli ambiti territoriali.

Speech: Antonio Pezzano – Consulente DMO; Marketing Team Toscana Promozione

Risposte alle domande della Community

(le altre domande poste saranno discusse nel corso del Laboratorio del 27.04)

Pierangelo

E' previsto un percorso comune per le varie DMC nominate per gli ambiti toscani? in particolare se fosse possibile omogeneizzare gli approcci e mettere in contatto le varie DMC per strategie incrociate. Magari tramite laboratori e incontri formativi.

Sì, come abbiamo spiegato è previsto un percorso di co-programmazione e co-progettazione. Tra gli strumenti di questo percorso c'è lo scambio di informazioni sia di natura tecnica (mercati, prodotti, comportamento dei turisti), sia di natura organizzativa (approcci e modelli di gestione). L'idea di fondo, come spiegato, è valorizzare quanto già esiste.

Stefania

Ci sono esempi di DMO, destinazioni in Italia o all'estero, cui potete far riferimento per la loro tipologia di organizzazione? Un aspetto da capire riguarda il tipo di soggetto giuridico /ragione sociale che la DMO potrebbe assumere. Grazie

Gli esempi sono tanti. Il punto è capire quali sono le variabili di contesto che determinano l'emergere di un modello, piuttosto che un altro. Per capirsi, il modello organizzativo di una DMO di una città sarà, con molta probabilità, diverso da quello di una destinazione di mare. Tipologia di operatori turistici, budget delle istituzioni pubbliche, servizi richiesti, dimensioni delle imprese turistiche (giusto per citare alcuni fattori) determinano modelli diversi tra di loro.

Mario

E' possibile avere linee guida che suggeriscano nello specifico azioni, provvedimenti, orientamenti per costituire la DMO

Ci si può arrivare, ma riteniamo siano un punto di arrivo di esigenze specifiche dei territori di cui bisogna tenere necessariamente conto. L'ipotesi generale di lavoro è che ci siano dei criteri comuni a partire da quelli illustrati oggi: a) fare cose che servono (senza replicare strumenti già disponibili sul mercato), b) fare rete con altri soggetti locali e regionali che operano sugli stessi mercati e prodotti, c) fare un business plan sensato (attività compatibili con un bilancio che abbia un orizzonte di almeno 5 anni), c) modelli di corporate governance che valorizzino la trasparenza delle decisioni e la responsabilità dei risultati.

