

**Puglia
Destination Go**
Organizziamo
il turismo



#WeAreINPUGLIA®

FLAVIA FAGOTTO

Expert of Destination Management & Marketing

Alberobello, 2 dicembre 2024

Piacere di conoscervi

Appassionata di turismo da oltre 35 anni

Ho iniziato a lavorare nel turismo nelle aziende turistiche

Poi negli enti pubblici e pubblico-privati di gestione e promozione delle destinazioni

Dal 2008 metto a disposizione la mia esperienza affiancando destinazioni, enti e aziende nello sviluppo turistico di territori e dei relativi prodotti e nelle strategie di marketing

La mia specializzazione è il destination management e marketing

Che cosa è una
destinazione turistica?

E' un luogo in cui vengono offerti prodotti turistici e al contempo rappresenta la dimensione percettiva che i potenziali turisti-viaggiatori hanno del luogo, verso il quale desiderano viaggiare.

Si compone di prodotti, servizi, attrazioni che, in un determinato contesto geografico, diventano prodotto attraverso l'esperienza di fruizione del turista.

La domanda definisce la destinazione.

Muta cresce e si sviluppa nel tempo.

È un sistema complesso composto da diversi elementi: stakeholder, popolazione locale, attrattive, servizi, prodotti, infrastrutture, visitatori e molto altro.

Che cosa è una DMO?

Che cosa è una DMO

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo:

“il Destination Management Organization (DMO) è la gestione coordinata di tutti gli elementi che compongono una destinazione: attrazioni, accessibilità, marketing, risorse umane, immagine e prezzi”

Le DMO sono organizzazioni senza scopo di lucro responsabili del management e del marketing di una determinata destinazione.

Sono organismi di natura pubblica o pubblico-privata che dimostrano di promuovere, promocommercializzare e gestire i flussi turistici, coinvolgendo tutti gli attori operanti sul territorio.

Le funzioni di una DMO

Industry coordinator

Indirizza lo sviluppo turistico locale verso strategie focalizzate, incoraggiando le relazioni sistemiche tra le imprese turistiche locali e agendo sulla redistribuzione e diffusione dei benefici derivanti dal fenomeno turistico

Economic driver

Genera nuove fonti di reddito e nuova occupazione, contribuendo allo sviluppo di un economia locale più diversificata

Private – public representative

Intermedia tra gli interessi dell'industria turistica, le esigenze dei residenti, le scelte politiche e le richieste della domanda turistica

Builder of community pride

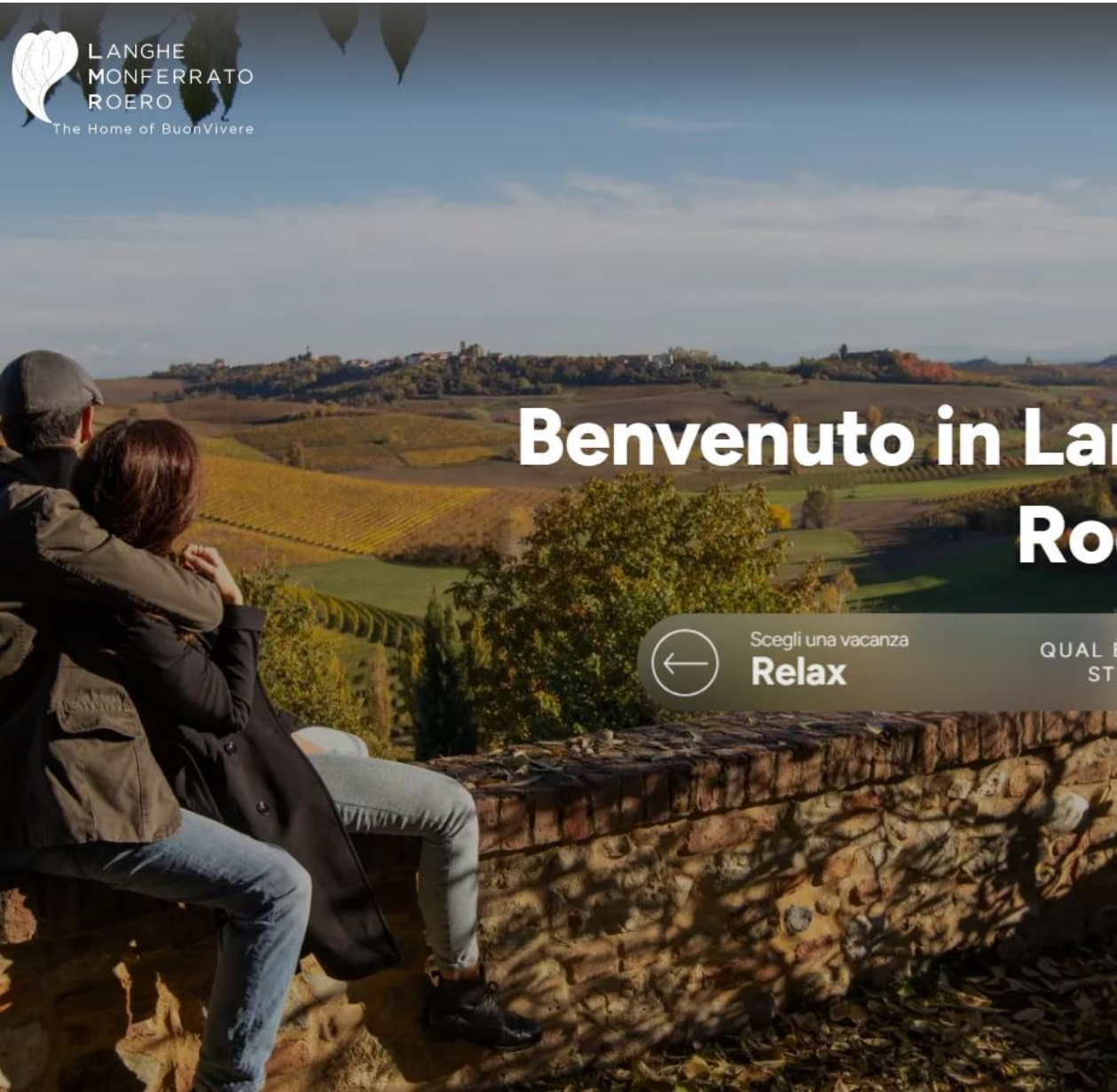
Attiva azioni di supporto al miglioramento della qualità di vita per i visitatori e per le popolazioni ospitanti

Quale il modello migliore?

In realtà ogni territorio deve creare il proprio modello.

Non esistono DMO uguali, ma esistono buone pratiche da cui si può apprendere.

Ente Turismo LMR



ESPERIENZE

METEO E WEBCAM

INFORMAZIONI

WHATSAPP



Benvenuto in Langhe Monferrato Roero



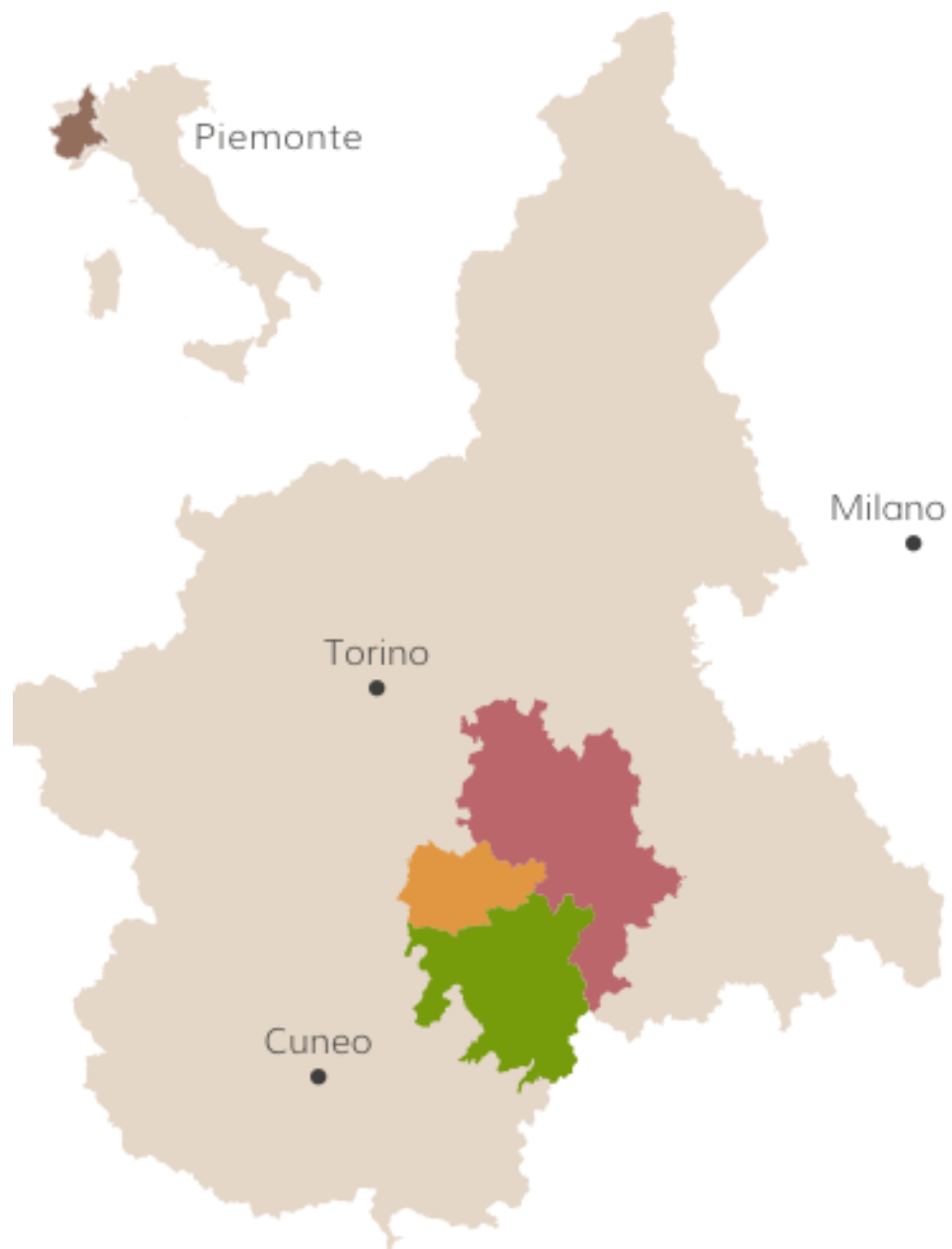
Scegli una vacanza
Relax

QUAL È IL TUO
STILE?

Scegli una vacanza
Glamour



Ente Turismo LMR



Territori omogeni, prodotti omogenei e integrabili – la destinazione è quella percepita dal viaggiatore.

Dal 2014 i paesaggi vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato sono iscritti dall'Unesco nella lista del Patrimonio mondiale dell'umanità. Il 50° sito italiano che ottiene il riconoscimento.

Ente Turismo LMR



I portatori di interessi nell'ambito turistico (istituzioni pubbliche e private) presenti nei territori di Langhe e Roero da un lato, e Monferrato dall'altro

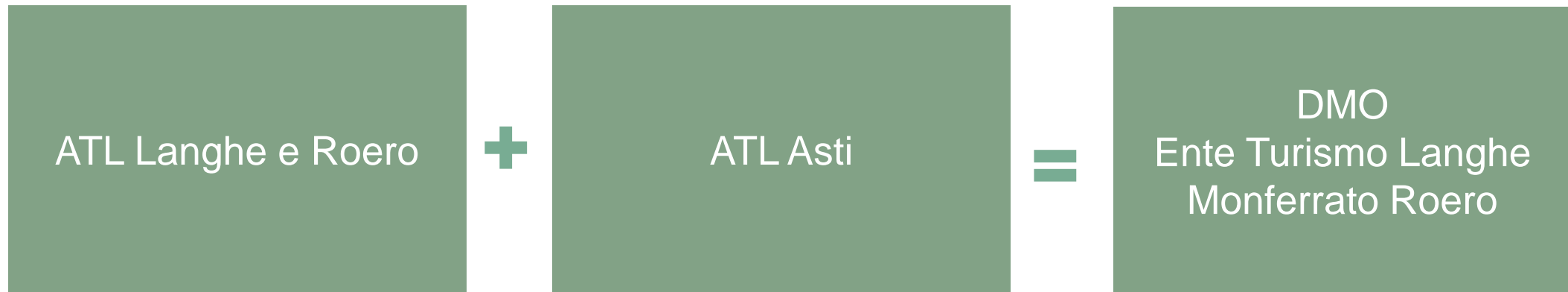
hanno manifestato la volontà di unire i due ambiti territoriali sotto un solo organismo societario

al fine di garantire un sistema di *governance* turistica unico per entrambi

Ente Turismo LMR

2019

In agosto viene costituita formalmente la nuova DMO, forma giuridica società consortile a responsabilità limitata



Ente Turismo LMR

Forma giuridica: Società consortile a r.l. – a capitale misto, prevalentemente pubblico.

E' partecipata da enti pubblici territoriali come i comuni del territorio (211), le Unioni di Comuni e le Unioni Montane, la CCIAA di Cuneo + Asti e Alessandria, le Provincie di Cuneo e Asti e la Regione Piemonte, Gal, Fondazione Cassa di risparmio di Asti, Ente Fiera, consorzi turistici e dei vini, Fondazione Barolo, banche, enoteche regionali, associazioni ristoratori, CNA, ASCOM, Confcommercio.

Ente Turismo LMR

Start up

Nuovo posizionamento e studio del brand

Management

- Nuovo modello di gestione
- Definizione dei ruoli aziendali organigramma e funzionigramma, attività interna con i portatori di interesse e con i soci

Prodotto, sviluppo di prodotti seguendo il posizionamento, elaborazione strategie di marketing e declinazione in piani operativi

Professionalità

- Implementazione professionalità, integrazione con nuove risorse umane

Ente Turismo LMR

1. Nuovo posizionamento



Ente Turismo LMR

2. Management. Gestire la destinazione e riorganizzare l'azienda. Nuovo funzionigramma

Definisce compiti, competenze e ruoli della nuova azienda

Il personale viene formato e implementato

Due sono le principali aree di attività: Amministrazione e Marketing

Fanno capo alla direzione marketing: il prodotto, la comunicazione e promozione on e offline, ufficio stampa e PR, accoglienza turistica, ricerca e formazione

Ente Turismo LMR

3. Prodotto e marketing

Enogastronomia – implementazione

Outdoor implementazione

Cultura – creazione e sviluppo

Family – implementazione

Wedding – avvio

Lusso – avvio in alcuni mercati e in partnership con altre destinazioni

Nuovo stile di comunicazione, tono di voce. Nuova immagine coordinata, anche degli uffici.

Realizzazione contenuti / shooting, realizzazione sito di destinazione, riorganizzazione data base e strumenti di promozione e marketing, nuove campagne e strategie di comunicazione.

Ente Turismo LMR

4. Professionalità

Valorizzazione delle competenze e qualità già esistenti

Formazione e aggiornamento del personale e degli operatori

Selezione ed assunzione di nuove figure

Ente Turismo LMR

Come si finanzia

Quote dei soci

Tra i soci vi sono comuni che destinano una quota parte dell'incasso derivato dalla tassa di soggiorno

Bandi regionali nazionali europei

Progetti speciali con altri partner (es altre ATL, Fondazioni ecc)

Non esistono DMO uguali

Il modello organizzativo e di gestione migliore per il territorio va individuato caso per caso.

DMO PromoturismoFVG

IO SONO
FRIULI
VENEZIA
GIULIA

▼ COSA FARE ▼ EVENTI ▼ DOVE ANDARE ▼ INFO UTILI ▼ DOVE DORMIRE

BLOG



▼ ITA



Prevendite skipass 2024-2025

scopri di più



DMO PromoturismoFVG

Forma giuridica: ente pubblico istituito, vigilato e finanziato dalla Regione FVG

Alcune tra le funzioni principali:

Strategia turistica regionale e territoriale (sviluppo del turismo regionale)

Promozione, comunicazione e marketing

Business intelligence

Gestione diretta di info point-accoglienza

Promocommercializzazione esperienze, card turistica, gestione diretta di visite guidate

Sviluppo prodotti

Formazione

tourism: my passion

e. flavia@flaviafagotto.it