



Colline Moreniche del Garda

Associazione per la promozione turistica

AVVISO PER MANIFESTAZIONE DI INTERESSE FINALIZZATA ALLA PARTECIPAZIONE AD UN PIANO DI SVILUPPO TERRITORIALE INTEGRATO

Associazione Colline Moreniche del Garda, con sede legale in Piazza Torelli, 1, a Solferino 46040 (MN) – tel. 0376 893160 – cell. 32 88 11 88 11 – sito www.collinemoreniche.it – pubblica con la presente missiva un avviso di manifestazione di interesse, indirizzata alla partecipazione ad un Piano di sviluppo territoriale integrato.

PREMESSE

Da due anni Associazione Colline Moreniche del Garda è impegnata nello svolgimento di attività e realizzazione di progetti dedicati in modo più specifico alla promozione territoriale a scopo turistico. La finalità, seguendo gli scopi statutari, è quella di rendere il territorio più attrattivo, agevolandone la fruizione e la visita. Tra le iniziative messe in campo dal 2017:

- Realizzazione di nuova depliantistica;
- Elaborazione di nuovi percorsi escursionistici;
- Partecipazione a fiere del settore turistico;
- Realizzazione di un nuovo portale territoriale;
- Realizzazione di una App per smartphone;
- Lancio di campagne promozionali sui canali digital.

L'ultimo biennio è stato prezioso per l'Associazione Colline Moreniche per rilevare anche alcuni bisogni crescenti tra i quali l'assenza per il comprensorio collinare di un'impresa che venda, sviluppi o semplicemente assembli pacchetti turistici comprensivi di servizi utili ai visitatori.

Si tratta di un'attività che Associazione Colline Moreniche attualmente è impossibilitata a svolgere, ma che si ritiene possa portare a tutto il territorio evidenti benefici. Un'attività, tuttavia, che merita giusta attenzione e coscienziosa valutazione per non disperdere risorse e lavorare positivamente in maniera sinergica. Il mercato del turismo offre infatti la possibilità di affidarsi, per la promozione e la "commercializzazione" di un territorio, a dei *Tour Operator*, aziende esperte nel tradurre un territorio in prodotti e itinerari vendibili. Ci si chiede, tuttavia, se delegare in toto questo servizio ad un'azienda esterna al territorio sia veramente funzionale, considerando che i *Tour Operator* presenti in loco sono al momento agenzie impegnate maggiormente sul fronte dell'*outgoing* più che dell'*incoming* e che una declinazione in questo senso comporterebbe per loro enormi sforzi d'impresa, senza peraltro assicurazioni di riscontro effettivo nel breve-medio periodo.

Risulta, quindi, doveroso allargare i propri orizzonti di azione e procedere con cautela, valutando di aprire un confronto con le realtà locali impegnate nel settore turistico.



Colline Moreniche del Garda

Associazione per la promozione turistica

OGGETTO DELLA MANIFESTAZIONE DI INTERESSE

Tutto ciò premesso e considerato, Associazione Colline Moreniche del Garda intende raccogliere la manifestazione di interesse, da parte di enti, consorzi e operatori, a prendere parte a un Piano di sviluppo territoriale integrato che implicherà i seguenti impegni:

- Partecipazione a tavoli di lavoro e confronto per l'analisi del contesto e dei bisogni territoriali;
- Condivisione delle risorse e delle strategie di promozione;
- Collaborazione e co-gestione nell'elaborazione di alcune attività (ad es. pubblicazioni editoriali, partecipazione a fiere, distribuzione e diffusione dei materiali informativi, progettazione di itinerari e apertura di desk informativi e/o infopoint);
- Valutazione sulla modalità di gestione di eventuali contatti utili.

L'azione del Piano di sviluppo territoriale integrato avrà inizio con l'1 giugno 2020 e avrà la durata di 12 mesi, salvo proroghe.

Dopo sei mesi e al termine dell'esperienza saranno elaborati documenti di valutazione.

Associazione Colline Moreniche del Garda è ideatrice e capofila della progettazione e rimette al proprio Consiglio Direttivo ogni decisione in merito.

DESTINATARI

Le categorie e i soggetti interessati dalla manifestazione di interesse sono enti, associazioni, consorzi e operatori economici anche privati, impegnati nei settori della promozione del territorio, della ricettività e dell'accoglienza turistica.

MODALITÀ E TERMINI

È possibile manifestare il proprio interesse a partecipare al Piano di sviluppo territoriale integrato, inviando il modulo "ALLEGATO" ad Associazione Colline Moreniche del Garda entro il 31 maggio 2020 agli indirizzi email indicati: segreteria@collinemoreniche.it oppure claudiamorselli@hotmail.com.

VISIONE E SCENARI DI PROGETTO

Un Piano di Sviluppo territoriale integrato può essere un punto di partenza per dare vita a un nuovo modo di pensare la promozione turistica locale.

Diverse esperienze italiane in campo turistico dimostrano come possano essere gli stessi territori ad esprimere un enorme potenziale che si traduce direttamente in soluzioni concrete. Ovvero ci sono esempi di luoghi che, di fronte ad alcune necessità, come quella di offrire nuovi servizi e prodotti da vendere ai propri visitatori, si sono organizzati dall'interno per trovare le soluzioni necessarie.

Alcuni di essi hanno dato vita a delle vere e proprie organizzazioni che fanno delle risorse locali il loro punto di forza e le impegnano per comunicare il territorio stesso come una destinazione turistica. Si chiamano DMO, acronimo per *Destination Management (o Marketing) Organization* e rappresentano la gestione coordinata di tutti gli elementi che compongono una destinazione (attrazioni, accesso, marketing, risorse umane, immagine e prezzi). Le DMO adottano un



Colline Moreniche del Garda

Associazione per la promozione turistica

approccio strategico per collegare tra loro entità molto diverse per una migliore gestione della destinazione turistica.

Le DMO sono in genere organizzazioni senza scopo di lucro responsabili del management e del marketing di una determinata destinazione. Possono essere autorità od organizzazioni nazionali per il turismo, oppure organizzazioni di livello regionale o provinciale.

Si tratta di organismi di natura pubblica o pubblico-privata che dimostrano di promuovere, commercializzare e gestire i flussi turistici, coinvolgendo tutti gli attori operanti sul territorio. Svolgono attività di marketing attraverso portali e siti web. Le DMO, quindi, non solo hanno un ruolo di primo piano nella promozione e nella commercializzazione delle mete turistiche, ma risultano ancora più importanti nel guidare lo sviluppo di tali mete. Si rivelano, infatti, responsabili della promozione di una comunità come destinazione turistica attraente e del potenziamento della sua immagine pubblica come luogo dinamico in cui vivere e lavorare. Attraverso l'impatto dei viaggi, rafforzano la posizione economica e offrono opportunità alle persone nella loro comunità.

Tali organizzazioni si rivelano essenziali per il benessere economico e sociale delle comunità che rappresentano, guidando l'impatto economico diretto attraverso l'economia dei visitatori e alimentando lo sviluppo attraverso l'intero spettro economico, creando familiarità, attirando i decisori, sostenendo i servizi e migliorando la qualità di la vita in un posto. La promozione della destinazione è in effetti un bene pubblico a beneficio e benessere di tutti.

Altra caratteristica fondamentale delle DMO è che si tratta di entità operative e non politiche. Le DMO non sono soggetti di governo, bensì sono puramente operative e funzionali: devono funzionare e portare risultati commerciali interessanti per gli operatori privati ed interagire con le amministrazioni per rendere la destinazione attrattiva.

Alcuni esempi di DMO:

Bologna Welcome - Visit Trentino - Valdichiana Living - Valpolicellaweb.

CONSIDERAZIONI FINALI

Anche per il territorio delle Colline Moreniche del Garda è necessario fare alcune considerazioni. È evidente che la gestione e la promozione del territorio collinare, il quale può essere considerato a tutti gli effetti come una destinazione turistica, debbano essere svolte attraverso la collaborazione tra pubblico e privato. Le profonde trasformazioni del mercato, la concorrenza e l'esigenza del turista, rendono impossibile pensare che il turismo possa essere gestito solo pubblicamente o, al contrario, solo privatamente (si vedano le difficoltà di alcuni consorzi attuali oppure di aggregazioni di aziende sorte in passato e poi chiuse).

Lo sviluppo turistico della nostra zona ha bisogno di visione, ma soprattutto di operatività effettiva. La promozione non può continuare ad essere realizzata con le vecchie formule perché il turista che stiamo incontrando sta dimostrando di essere più attento all'ispirazione che alla pubblicità; cerca esperienze ed emozioni, non immagini da copertina.

In questo contesto, l'organizzazione e l'efficienza sono necessari e il prodotto-destinazione deve essere costruito a partire da una cooperazione fra tutti gli operatori turistici.