



E | T | I | F | O | R
valuing nature

Rimuovere filigrana ora

PER UNA CULTURA DI DESTINAZIONE

Diego Gallo

SPIN-OFF DELL' UNIVERSITÀ DI PADOVA



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

18 Aprile 2018

INDICE DELLA PRESENTAZIONE

Rimuovere filigrana ora

- 1. Per una cultura di destinazione**
- 2. Caso studio organizzare e gestire una destinazione**



1 BENVENUTI

Rimuovere filigrana ora



2 PER UNA CULTURA DI DESTINAZIONE

Rimuovere filigrana ora

La Destinazione è un ***luogo obiettivo di viaggio***

1. Le destinazioni **tendono ad**
"auto-riconoscersi"

+

2. Il **riconoscimento del**
territorio come destinazione
da parte dei fruitori

+

3. **La destinazione deve**
essere organizzata

Siena

+

Toscana

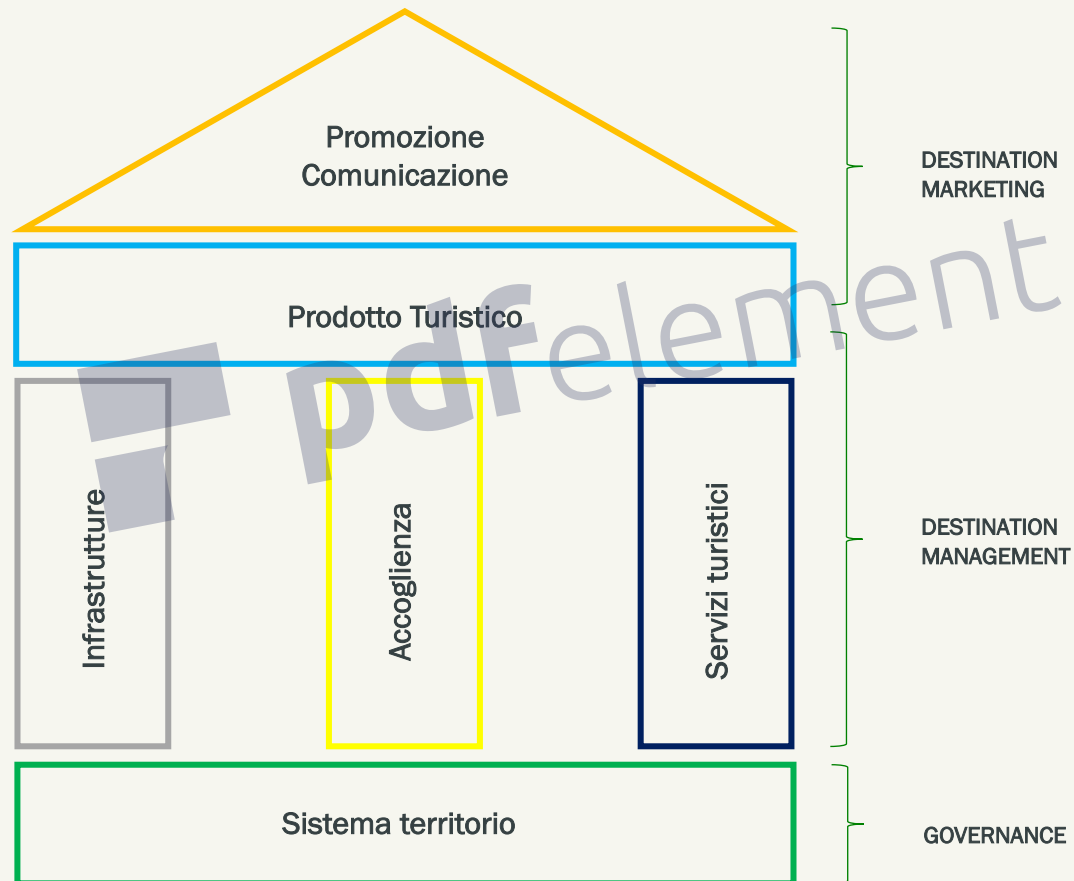
+

Italia



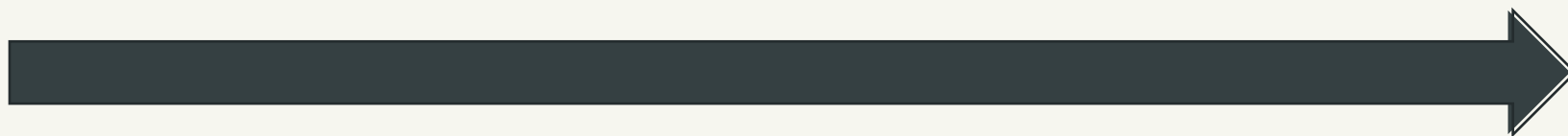
FARE TURISMO

Rimuovere filigrana ora



EVOLUZIONE TURISTICA 1/3

Rimuovere filigrana ora



2000

GLOBALIZZAZIONE, SHARING ECONOMY, COMUNICAZIONE SOCIAL:
GOOGLE, BOOKING, VOLI LOWCOST, AIR B&B, TRIPADVISOR.....

2017

TURISMO DI QUANTITÀ

LOCALITÀ TURISTICA

Interesse di pochi: *corporate*
Turismo: settore economico
Utile va fuori dal territorio
Problemi di sostenibilità
Casi di anti - turismo

**RUOLO PASSIVO
DEL SISTEMA TERRITORIO**



TURISMO DI QUALITÀ

DESTINAZIONE TURISTICA

Interesse di molti: *community*
Turismo: sistema economico
Utile resta nel territorio
Attenzione sostenibilità
Coinvolgimento della comunità

**RUOLO ATTIVO
DEL SISTEMA TERRITORIO**
l.r. n. 11/2013



EVOLUZIONE TURISTICA 2/3

Rimuovere filigrana ora

GLOBALIZZAZIONE, SHARING ECONOMY, COMUNICAZIONE SOCIAL:
GOOGLE, BOOKING, VOLI LOWCOST, AIR B&B, TRIPADVISOR.....

LOCALITÀ TURISTICA

DESTINAZIONE TURISTICA

EVOLUZIONE TURISTICA

MANAGEMENT

ESPERIENZA



PRODOTTO
TURISTICO
SOFISTICATO



ORGANIZZAZIONE
TURISTICA

MARKETING

PRODOTTO



TARGET



COMUNITÀ

2000

2017



LA DESTINAZIONE E' UN ALBERO 1/3

Rimuovere filigrana ora



Frutti = prodotti turistici

Foglie = operatori della ricettività, ristorazione, accompagnamento, noleggio e altri servizi

Rami = tematismi turistici

Fusto = Organizzazione turistica

(OGD-DMO), consorzi, associazioni di categoria, istituzioni pubbliche, sistema dei trasporti, sicurezza, ospedali

Apparato radicale = Sistema territorio risorse naturali, storiche, paesaggistiche (capitale territoriale) popolazione residente (capitale umano), imprese (capitale economico e finanziario) relazioni fra le diverse parti (capitale sociale)

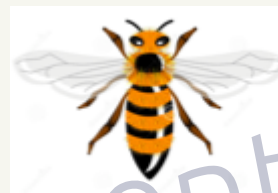


LA DESTINAZIONE E' UN ALBERO 2/3

Rimuovere filigrana ora



Destinazione



Turista



LA DESTINAZIONE E' UN ALBERO 3/3

Rimuovere filigrana ora

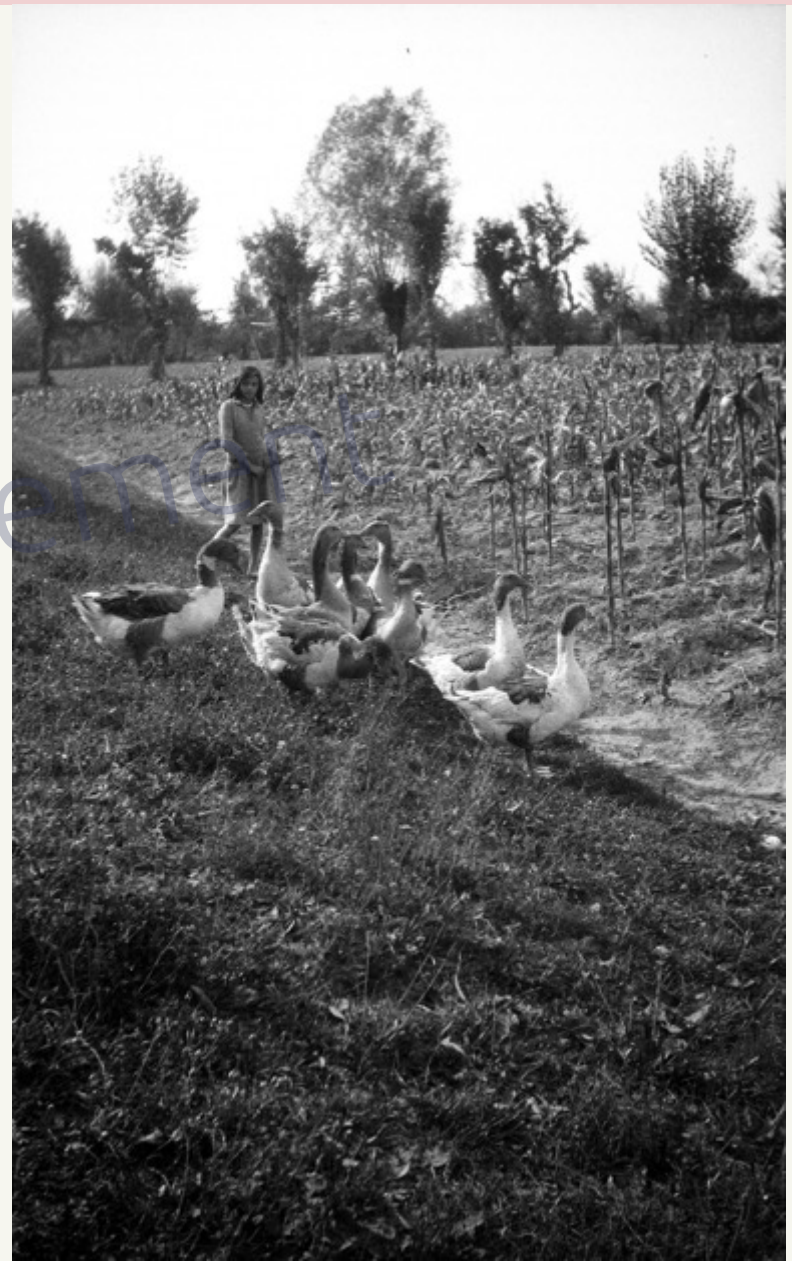


La destinazione è un'espressione del territorio



3 DESTINAZIONE: PAROLE CHIAVE

Rimuovere filigrana ora



LA DESTINAZIONE:

Rimuovere filigrana ora



LA COMUNITÀ TURISTICA AL CENTRO

LA DESTINAZIONE:

Rimuovere filigrana ora



DIMENSIONE SPAZIALE

LA DESTINAZIONE:

Rimuovere filigrana ora



UN'ESPERIENZA DETERMINATA

LA DESTINAZIONE:

Rimuovere filigrana ora



EVOLUZIONE TURISTICA

LA DESTINAZIONE:

[Rimuovere filigrana ora](#)



SISTEMA ECONOMICO

LA DESTINAZIONE:

Rimuovere filigrana ora

**VIENE PRIMA IL TURISMO
O IL TERRITORIO ?**

pdfelement

TURISMO TERRITORIALE

TURISMO DI QUALITÀ



LA DESTINAZIONE:

Rimuovere filigrana ora



felement

**ORGANIZZAZIONE
NON SIGNIFICA
FARE TUTTO!**

ORGANIZZAZIONE

LA DESTINAZIONE:

[Rimuovere filigrana ora](#)



IMPOSTA DI SOGGIORNO

LA DESTINAZIONE:

[Rimuovere filigrana ora](#)



COMPARTECIPAZIONE - AGGREGAZIONE



LA DESTINAZIONE:

[Rimuovere filigrana ora](#)



COESIONE

4 QUALE SVILUPPO TURISTICO?

Rimuovere filigrana ora

APPROCCIO
CORPORATE



APPROCCIO
COMMUNITY

EGO TURISMO



ECO TURISMO



APPROCCIO CORPORATE

Rimuovere filigrana ora

DESTINAZIONE MATURA

- Località (spazio vitale)
- Fattori attrattivi: strutture turistiche
- Entrata di gruppi internazionali
- Gestione gerarchica del turismo
- Sviluppo territoriale di tipo esogeno
- Limitate ricadute economiche per il territorio
- Logica del pacchetto



APPROCCIO CORPORATE

Rimuovere filigrana ora

DESTINAZIONE GIOVANE

- Spontaneismo
- Fattori attrattivi: ambiente integro
- Turisti considerati ospiti
- Ruolo passivo del sistema territorio
- Scarsità di servizi di supporto disponibili
- Scarsa integrazione tra pubblico e privato
- Casi di anti - turismo
- Turismo percepito come settore economico



TURISMO COMMUNITY

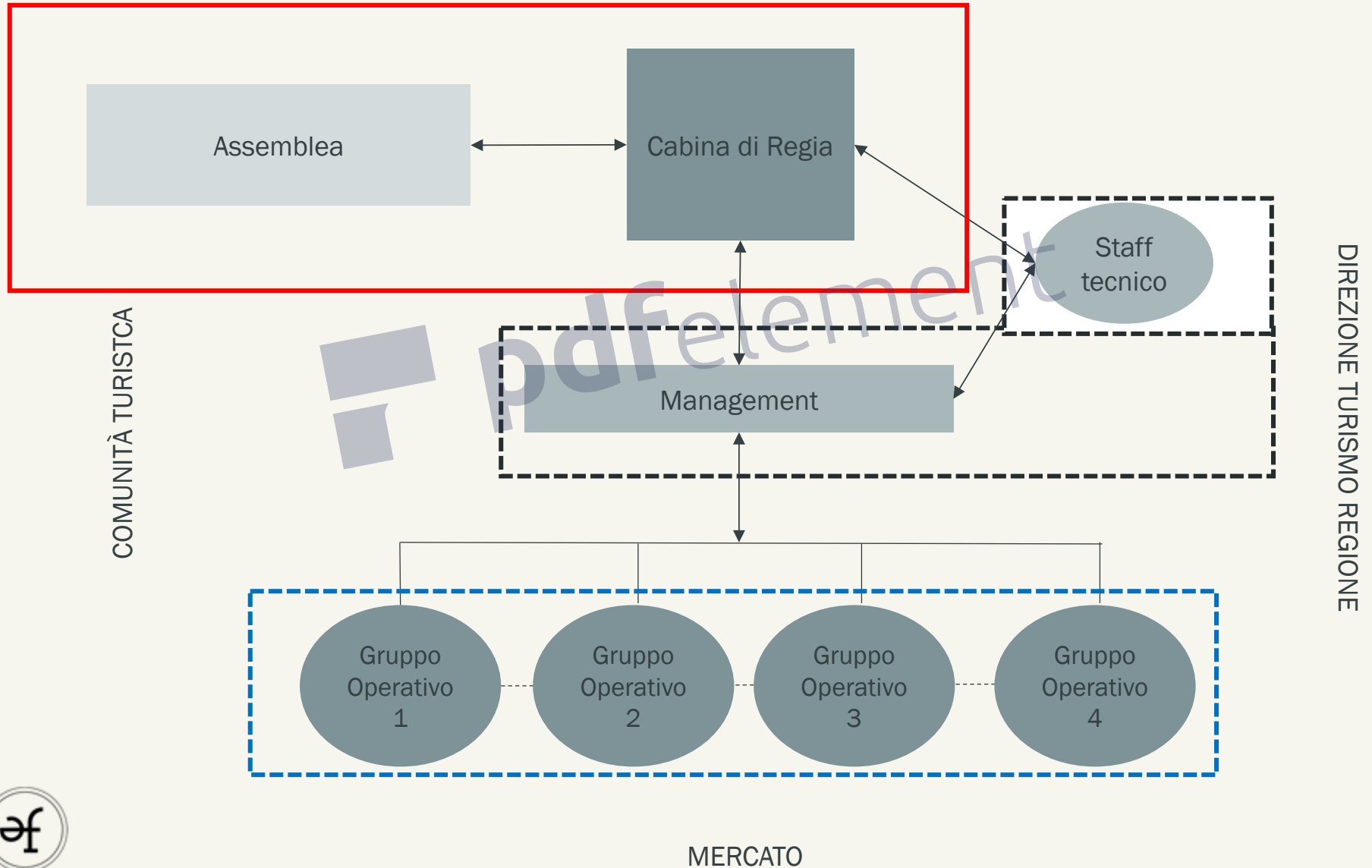
Rimuovere filigrana ora

- Da località a destinazione
- Visione turistica come sistema economico
- Attenzione alla sostenibilità
- Turismo come bene comune
- Sviluppo endogeno con ricadute economiche sul territorio



ORGANIZZARE E GESTIRE UNA DESTINAZIONE

Rimuovere filigrana ora





E | T | I | F | O | R
valuing nature

Rimuovere filigrana ora

Per ulteriori informazioni:

diego.gallo@etifor.com

Etifor.com



SPIN-OFF DELL' UNIVERSITÀ DI PADOVA



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA