



**INTEGRARE**  
marketing · web · coaching



 **XRETE**

**PROMOZIONE  
DELLA DESTINAZIONE  
TURISTICA**



## UNA PREMESSA

L'opportunità di un organismo che aggrega gli **operatori turistici** più motivati, in grado di promuovere, in partnership e pieno coordinamento con le **Istituzioni locali**, la destinazione sia sotto l'aspetto della qualità del territorio (eccellenze culturali, storiche, paesaggistiche, enogastronomiche, etc e qualità dei servizi pubblici) sia sotto l'aspetto della qualità delle location e dei servizi espressa dagli operatori, favorisce:

- la possibilità di cogliere le migliori opportunità di turismo offerte dal mercato
- le capacità di performance in questo settore economico
- possibili processi di ulteriore destagionalizzazione
- nuove iniziative da parte di grandi player turistici
- investimenti di riammodernamento o riqualificazione da parte delle strutture già esistenti
- lo sprone e l'attitudine al networking e alla integrazione orizzontale e verticale tra operatori
- la difesa e la valorizzazione degli investimenti realizzati dagli operatori stessi rispetto a possibili concorrenze di terzi esterni al territorio, in presenza di gare pubbliche per l'affidamento in concessione
- la crescita e il consolidamento della reputazione della destinazione, senza le quali l'impegno della partnership pubblico-privato perde efficacia.



## MODELLO ORGANIZZATIVO

Per esperienze in altri contesti nazionali e territoriali, può essere opportuna una partnership pubblico-privata, che si concretizzi attraverso la costituzione e l'avvio operativo di un organismo composto dagli operatori, quindi di natura privatistica, ma in coordinamento e sinergia con le Istituzioni attraverso una regolazione dei reciproci ruoli e azioni con protocolli d'intesa o convenzioni.

Il processo di costituzione di tale organismo si può sviluppare attraverso le seguenti fasi:

### FASE PRELIMINARE

- 1** Condivisione del progetto di costituzione dell'organismo con gli operatori di riferimento della destinazione e/o con le associazioni che li rappresentano attraverso la costituzione di un tavolo di lavoro finalizzato alla condivisione degli aspetti giuridici, economici (e anche di relazione con le Istituzioni locali) che devono regolare il funzionamento dell'organismo
- 2** Stesura dei documenti in bozza necessari alla costituzione dell'organismo (Statuto, eventuale Regolamento, struttura del business plan)
- 3** Verifiche con Istituzioni locali per eventuali atti di indirizzo e bozza del protocollo d'intesa o convenzione
- 4** Call agli operatori e a tutti gli stakeholder per illustrazione progetto e per verificare una consistente adesione all'iniziativa

### FASE COSTITUTIVA

- 5** Verifiche atti con Studio notarile
- 6** Costituzione dell'organismo

### AVVIO DELLE ATTIVITA'

- 7** Attività di start up:
  - Inserimento staff
  - Finestre successive ingresso nuovi soci
  - Prime attività di marketing
  - Analisi e avvio della piattaforma web.



## PERCHE' OGGI?



“Ai tempi del covid” la sfida da accettare va oltre la ripartenza; si tratta di rifondare il turismo attraversando la complessità del momento con la consapevolezza e la capacità di saper prendere decisioni importanti, a volte indigeste, ma necessarie al benessere del settore.



In tale contesto il **networking** tra Istituzioni e Operatori e, soprattutto, tra gli Operatori, è uno dei driver di successo della destinazione. Ad essi si chiede, oltre alla capacità gestionale, alla creatività e alla qualità della loro offerta, anche e soprattutto, la capacità di fare “rete” e “quadrato nelle difficoltà”, attitudini queste ultime spesso carenti, tuttavia necessarie in fasi così complesse della vita sociale e dell’economia.





## OVUNQUE ABBIAMO SENSO

Le **destinazioni** che più possono avvantaggiarsi dall'adozione di questi modelli organizzativi di promozione sono quelle che finora hanno **ritenuto sufficiente la bellezza del loro territorio** per sostenere la domanda di turismo, pertanto sicuramente il Mezzogiorno d'Italia, e, naturalmente, altre destinazioni, che percepiscano la necessità di seguire regole di destination marketing & management che la concorrenza, magari meno appealing, ha già adottato da tempo.





## PERCHÈ CON NOI

**Integrare** ha le carte in regola per supportare le **destinazioni turistiche** in questo percorso, avendo seguito, pur in ruoli diversi, gli start up e la messa a regime di esperienze ispirate al progetto di networking che abbiamo descritto.

Capace di sostenere operatori e amministratori pubblici con visione sui principali aspetti giuridici, economici e di relazione tra i vari soggetti protagonisti del Progetto, oltre a disporre di una consolidata **esperienza** nelle azioni di marketing e comunicazione, necessarie a promuovere tutte le fasi de progetto.

Integrare è socio del **Convention Bureau di Roma e Lazio**, di un Consorzio di operatori turistici in Costiera amalfitana e di **Federcongressi&eventi**.

”





## PAOLO

A luglio 2020 ho concluso il mio impegno nel Consiglio di Amministrazione del Convention Bureau Italia e del Convention Bureau di Roma e Lazio, su mandato di Federcongressi&eventi.

Un'esperienza diretta, stimolante e impegnativa che ho vissuto fin dall'inizio, luglio 2013, data del Protocollo d'intesa tra Enit, Coordinamento delle Regioni italiane in materia di Turismo, Assessorato al Turismo della Regione Toscana (capofila dell'organismo interregionale Mice in Italia) e Federcongressi&eventi per azioni sinergiche e coordinate rivolte allo sviluppo del settore Mice.

Il Protocollo "figliò" un Comitato di coordinamento, che divenne l'organo responsabile della definizione delle strategie e degli interventi comuni, presieduto dall' Enit e composto da rappresentanti delle Regioni e delle Associazioni di categoria.

Focus del Comitato due quesiti: si poteva ancora attendere per il rilancio del Meeting Industry? Quale modello di partnership tra pubblico e privato adottare?

La risposta collettiva fu "no" alla prima domanda, e alla seconda domanda si rispose con l'idea di una partnership pubblico-privata innovativa, costituita dagli operatori da un lato, riuniti in una rete d'impresa (allora molto in auge) e le istituzioni (Enit e Coordinamento Regioni Mice dall'altro) dall'altro, in attività sinergica regolata da una Convenzione.

Nel febbraio 2014, le associazioni degli operatori privati confermarono di voler promuovere la realizzazione di un convention bureau nazionale privato per lo sviluppo dell'offerta congressuale e più in generale della Meeting Industry, mediante la costituzione di una Rete d'impresе, ipotizzando di costituirla entro la fine del successivo mese di aprile con contestuale convenzionamento con i soggetti istituzionali presenti nel Comitato atto a definire le azioni di collaborazione per le attività di DMO in capo alle stesse.

Nacquero così, sulla scorta dell'esperienza del Convention Bureau di Firenze, il Convention Bureau Italia, nel 2014 (prima in forma di Rete d'impresе, poi di Società consortile), il Convention Bureau di Roma e Lazio, nel 2017 (in forma di Società consortile) e, nel 2019, il Convention Bureau Terre di Siena (anch'essa in forma di Società consortile), con un modello innovativo di partnership pubblico-privata alla base del progetto RETE.

### Paolo Novi

+39 335 6505699

paolo@integrare srl.com

Integrare srl

Via Città di Cascia, 8

00191 Roma

