

Dal Piano Strategico Regionale per il Turismo al " *Visitor management* "

Marzia Baracchino

*Responsabile Settore Regionale Promozione turistica –
Analisi della domanda e dei mercati turistici*

Orta San Giulio, 17 aprile 2009



Pianificazione Strategica Turistica nella Regione Piemonte

Premessa e contesto

➤ Olimpiadi Invernali di Torino 2006: "**punto di svolta**" nella percezione dell'immagine turistica della regione; Torino e il Piemonte sono interpretati, per la prima volta, a livello internazionale come luogo e luoghi interessanti per un viaggio di piacere e non solo d'affari.

➤ Si tratta di un risultato frutto di un rilevante impegno di risorse umane e finanziarie spese per il successo dell'evento olimpico ma perseguito avendo sempre chiaro l'obiettivo di inserire il turismo, a pieno titolo, tra i settori di rilevanza economica della regione. Il turismo come elemento della crescita e per la diversificazione di modelli di sviluppo.



Pianificazione Strategica Turistica nella Regione Piemonte

Le motivazioni

2005, la Regione Piemonte decide di dotarsi di un

➤ Piano Strategico Regionale per il Turismo (PSRT)

per orientare la sua programmazione, definire gli strumenti e le azioni per aumentare significativamente il peso del turismo nell'economia regionale (*aumento del PIL turistico nella regione*).

Come:

- Incremento degli arrivi e delle presenze turistiche;
- Incremento della spesa turistica



Il Piano Strategico regionale per il Turismo

P.S.R.T. - Filosofia

➤ mettere al centro (*dell'analisi e del progetto*) i **prodotti turistici** della regione, definendo strategie, strumenti e azioni in relazione sia alla loro *appetibilità* rispetto ai mercati target (domanda) sia al loro *grado di sviluppo* (offerta).

➤ La centralità data dal Piano ai prodotti turistici e alle loro relazioni con la domanda e l'offerta discende dagli obiettivi economici che come Regione ci si è posti: il Piano quale strumento per sviluppare un sistema di azioni che favoriscano la **commercializzazione** dei prodotti turistici.



Il Piano Strategico regionale per il Turismo

P.S.R.T. - Metodologia

➤ Sono state individuate **quattro macro aree prodotte** di rilevanza strategica (*Montagna, Laghi, Colline e pianura, Torino e Area Metropolitana*), per ciascuna delle quali sono stati individuati i **prodotti turistici prioritari** (*montagna invernale, estiva, laghi, culturale, M.I.C.E., benessere, enogastronomia, religioso, ecc.*), i relativi **mercati/target di riferimento** e, in funzione degli indirizzi strategici, declinate le **azioni** da promuovere.

➤ Le azioni, raggruppate per ambiti di intervento, sono declinate secondo **due indirizzi strategici principali**: prodotti **"immediatamente vendibili"** e prodotti **"con potenziali"**.



Montagne

Laghi

Collina

Torino



Il Piano Strategico regionale per il Turismo

P.S.R.T. - Metodologia (segue)

➤ L'analisi dei prodotti turistici e, in particolare, dei punti di forza e di debolezza, delle opportunità e minacce (*SWOT Analysis*) è stata sviluppata secondo un approccio *bottom up* che si è tradotta nella costituzione di gruppi di lavoro territoriali (*per area e per prodotto*) a cui hanno partecipato gli attori pubblici e privati interessati (*oltre 70 incontri nel corso del 2006-07*). Fondamentale in questa fase la collaborazione delle **Province** e delle **ATL**.

➤ Parallelamente sono stati sviluppati *focus* di approfondimento sui vari prodotti e mercati-target avvalendosi di competenze settoriali specialistiche.



Il Piano Strategico regionale per il Turismo

P.S.R.T. - Gli ambiti di intervento

➤ miglioramento immagine e comunicazione turistica: sviluppo del **marketing pubblico**

➤ miglioramento offerta e servizi innovativi: **sviluppo / valorizzazione dei prodotti; accoglienza e gestione dei flussi dei visitatori**

➤ valorizzazione delle competenze e delle risorse professionali: **formazione / aggiornamento / orientamento degli operatori pubblici e privati**

➤ attenuazione del deficit infrastrutturale: **sviluppo e adeguamento delle reti e delle infrastrutture per la mobilità**



Il Piano Strategico regionale per il Turismo

Principi e modalità di intervento del P.S.R.T.

- *Integrazione (di risorse, di soggetti, di settori, di strumenti, ecc) e intersectorialità*
- *Partenariato pubblico - privato*
- *Sostenibilità ambientale e socio-economica dello sviluppo turistico*
- *Turismo per tutti*



Il Piano Strategico regionale per il Turismo

La **Regione Piemonte**, il **DICAS - Dipartimento Casa Città** del **Politecnico di Torino** insieme a **SITI** hanno scelto di sviluppare questa priorità approfondendo e sviluppando una metodologia per la **gestione dei flussi turistici** derivata dall'esperienza anglosassone del

Visitor management



II "Visitor management"

- *Che cos' è il Visitor management o "gestione dei flussi"?*
Un metodo, ideato e sviluppato nei paesi anglosassoni, che coniuga **tre aspetti** fondamentali per un'ottimale fruizione delle destinazioni turistiche:
Accessibilità, Accoglienza, Informazione
e che mette al centro dell'analisi
l'esperienza del turista
- Il metodo nasce per la gestione dei flussi turistici nelle aree protette e successivamente viene sviluppato e utilizzato per *razionalizzare (migliorare)* i flussi nei diversi contesti turistici (territori, città, centri storici,...).



Piano Strategico e Visitor management

- Le analisi sviluppate in occasione del Piano Strategico hanno messo in evidenza, in maniera diffusa, problematiche inerenti l'**accessibilità** delle località turistiche (es. *dagli aeroporti, dalle principali stazioni,...*), l'**informazione** (*segnaletica, cartellonistica, uffici informazione, nuove tecnologie,...*), l'**accoglienza** in senso lato (*servizi vari per il turista*).
- Da queste "criticità" del sistema turistico regionale nasce la decisione di anticipare l'iter di approvazione del PSRT promuovendo uno specifico **progetto "a regia regionale"** che, avvalendosi di competenze di alta professionalità, consenta:



Piano Strategico e Visitor management

- **l'approfondimento della conoscenza** delle metodologie del "Visitor management" e la possibilità di sviluppare una "versione italiana/piemontese" di tali metodi;
- L'individuazione di alcune **destinazioni turistiche "tipo"**, significative sia per il ruolo turistico che rivestono nella regione, sia perché rappresentative di situazioni individuabili anche in altre aree/località della regione;
- la messa a punto e la sperimentazione di **"modelli di gestione dei flussi"** estendibili e riproducibili anche nelle realtà analoghe;



Piano Strategico e Visitor management

- tra queste destinazioni "tipo" è stato scelto come primo caso quello del **Lago d'Orta** (area del Cusio), rappresentativo di:
 - ✓ ***Un territorio tendenzialmente omogeneo;***
 - ✓ ***Incentrato su una risorsa turistica, il lago, significativa e molto caratterizzante;***
 - ✓ ***Nel quale la concentrazione dei flussi privilegia molto i territori costieri e poco quelli interni generando problemi di sovraccarico turistico e di disequilibrio.***



Piano Strategico e Visitor management

Le altre destinazioni "tipo":

La **Valle di Susa**,

- ✓ *Un territorio eterogeneo;*
- ✓ *Incentrato sulla risorsa turistica, la montagna, che maggiormente caratterizza il Piemonte;*
- ✓ *In cui la distribuzione dei flussi necessita di una maggiore integrazione e osmosi tra l'area olimpica e la media e bassa valle;*



Piano Strategico e Visitor management

Le altre destinazioni "tipo":

La **Reggia di Venaria Reale**:

- ✓ *Una destinazione puntuale;*
- ✓ *Incentrata su una delle più importanti risorse – beni culturali del Piemonte;*
- ✓ *In cui occorre avviare una politica di gestione dei flussi fin dall'inizio dell'attività di fruizione proprio a fini della costruzione dell'identità di destinazione turistica.*



Conclusioni e prospettive

Il completamento del progetto consentirà la predisposizione di **Linee Guida** per la gestione dei flussi turistici secondo un principio che veda l'integrazione e l'interazione dei tre elementi cardine della fruizione turistica di una località (Accessibilità, Accoglienza, Informazione) per:

- ✓ *Definizione di interventi regionali*
- ✓ *Indirizzo per le iniziative in capo agli Enti locali e ai soggetti che agiscono in campo turistico*
- ✓ *Valutazione delle proposte ai fini del loro sostegno da parte della Regione*



Tavola sinottica riassuntiva delle analisi differenziate

