



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISMO

V EDIZIONE 2019-2020

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



FONDAZIONE FLAMINIA
PER L'UNIVERSITÀ
IN ROMAGNA



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISM

MASTER IN
VALORIZZAZIONE TURISTICA
E GESTIONE DEL PATRIMONIO
CULTURALE



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



Multi-Stakeholder Cooperation e Covid-19: il caso delle reti di prodotto turistico di Destinazione Turistica Emilia

Project Work di Amelia Capolupo

- *Tutor accademico: Chiara Rinaldi*
- *Tutor aziendale: Pierangelo Romersi*



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISMO

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



FONDAZIONE FLAMINIA
PER L'UNIVERSITÀ
IN ROMAGNA

Destinazione Turistica Emilia (DTE)

- **Ente pubblico strumentale degli enti locali** (DGR 595 del 05/05/2017 a norma della Legge Regionale 4/2016).
- L'ente è dotato di personalità giuridica e di autonomia amministrativa, organizzativa, finanziaria e contabile.
- È presente e opera nei territori di Parma, Piacenza e Reggio Emilia;
- Programma annuale delle attività turistiche: attività di promo-commercializzazione turistica, bandi di finanziamento per imprese private ed enti pubblici (P.T.P.L.)
- Attività di marketing strategico: creazione e gestione di tre reti di imprese intorno a determinati prodotti turistici, rivolti a specifiche nicchie di mercato tramite una partnership con enti pubblici e imprese private che operano sul mercato turistico.





ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISMO

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



Le Reti di Prodotto Turistico

- **Food&Wine:** offerta turistica enogastronomica (2019)
- **Cultura&Castelli:** offerta turistico-culturale legata a castelli, borghi, musei ecc. (2019).
- **Terme&Outdoor:** offerta turistica sportiva e di benessere in contesto naturalistico (2020).

Prodotti rilevati analizzando le **principali motivazioni di viaggio** dei turisti che scelgono l'Emilia come meta di soggiorno: Le risorse vengono **messe a sistema** attraverso l'offerta di **servizi turistici aggregati**, rendendo il territorio emiliano sempre più fruibile dal turista e unico e competitivo sul mercato italiano ed internazionale.





ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISM

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



Reti di Prodotto: ruoli degli stakeholder

Cosa fa DTE

- Incentiva cooperazione, collaborazione;
- Organizza eventi, assemblee plenarie, momenti formativi;
- Attività di promo-commercializzazione e comunicazione in modo unitario in collaborazione con i singoli operatori della rete per presentare al turista **un'immagine di Emilia coerente e omogenea, con una proposta turistica di destinazione integrata (incrociata con quella della regione Emilia-Romagna);**
- Svolge funzioni di intermediazione per reperire fondi per l'attività degli operatori.

Cosa fanno gli aderenti alle reti

- Creano e commercializzano servizi ed esperienze , successivamente pubblicizzati sul portale visitemilia.com;
- Comunicazione social integrata con quella di DTE;
- Partecipano alle assemblee e alla formazione;
- Versano una quota annuale di adesione a DTE.

Documenti partnership:

- Un Disciplinare per ciascuna rete;
- Schede di adesione (imprese);
- Scheda di adesione (soggetti partner)



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISMO

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



FONDAZIONE FLAMINIA
PER L'UNIVERSITÀ
IN ROMAGNA

Reti di Prodotto: attività di stakeholder engagement

- Prima della pandemia: Eventi conoscitivi del progetto (2019);
- Durante il lockdown (da marzo 2020):
Formazione online per gli aderenti, webinar su una varietà di temi quali accoglienza e ospitalità, strategie social, comunicazione culturale, eventi conoscitivi di realtà locali, conversazioni in inglese con le guide turistiche.
- DTE ha cercato di far sentire la propria vicinanza agli operatori e di condividere il più possibile le informazioni sulle attività turistiche in corso a livello locale e regionale (es “diario di bordo”).



Credit: Francesco Bigliardi



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISM

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



Proposta di ricerca per DTE

- Motivazione: esigenza del DTE di potenziare le proprie attività di stakeholder engagement delle reti nel 2021
- Proposta di ricerca: Analisi del livello di coinvolgimento delle reti, bisogni e motivazioni alla base dell'adesione al progetto
- Obiettivo: evidenziare il ruolo di DTE nella co-creazione di una destinazione turistica sostenibile attraverso la costituzione e gestione di reti di prodotto prima e durante la pandemia.

Per “sostenibilità” in questo contesto, si intende la capacità dell'ente di:

- Attivare la comunicazione e la cooperazione tra gli stakeholder e incrementare la loro reciproca conoscenza;
- Incrementare la loro partecipazione attiva e l'inclusione;
- Favorire la fiducia tra gli stakeholder e tra questi e l'ente stesso;
- Favorire la nascita di un senso di appartenenza ad un progetto condiviso da una pluralità di soggetti, nonché ad un territorio;
- Fornire competenze utili allo sviluppo della loro attività;
- Aumentare la consapevolezza degli operatori sui propri punti di forza e debolezze.

Casi studio Benchmark: «Marche d'Eccellenza» e «Gastronomic cities»



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISMO

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



FONDAZIONE FLAMINIA
PER L'UNIVERSITÀ
IN ROMAGNA

Il questionario «Le reti di prodotto di Destinazione Turistica Emilia in epoca Covid-19»



- Format Google Moduli;
- Operatori delle reti “Food & Wine” e “Cultura & Castelli” (308 operatori);
- Co-creato assieme allo staff DTE;
- Invio tramite mailing list dedicate alle reti;
- Risposte: 56: ricerca solo **esplorativa**.
- Quattro sezioni, 12 domande;
- Obiettivo: evidenziare il ruolo di DTE nella co-creazione di una destinazione turistica sostenibile attraverso la costituzione e gestione di reti di prodotto, anche in epoca Covid-19.



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISM

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE

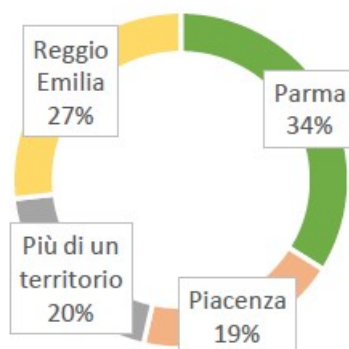


ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI

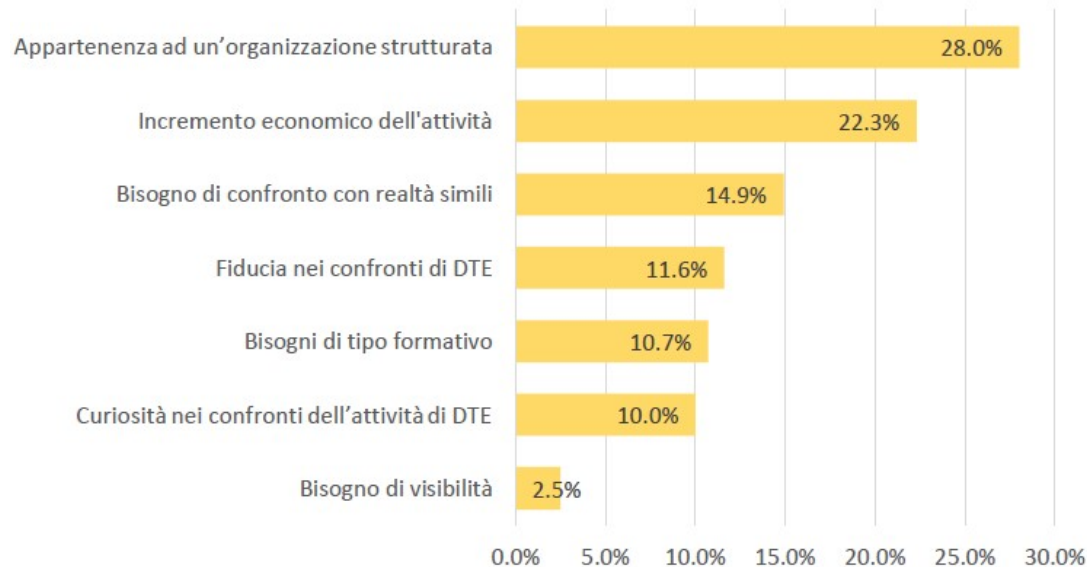


Sezione 1 “Le reti di prodotto DTE”: motivazioni che hanno portato all'adesione alle reti di prodotto DTE

1. In quale territorio svolge la sua attività?



2. Quali sono le motivazioni per cui ha aderito ad una o più reti di prodotto?





ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISMO

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE

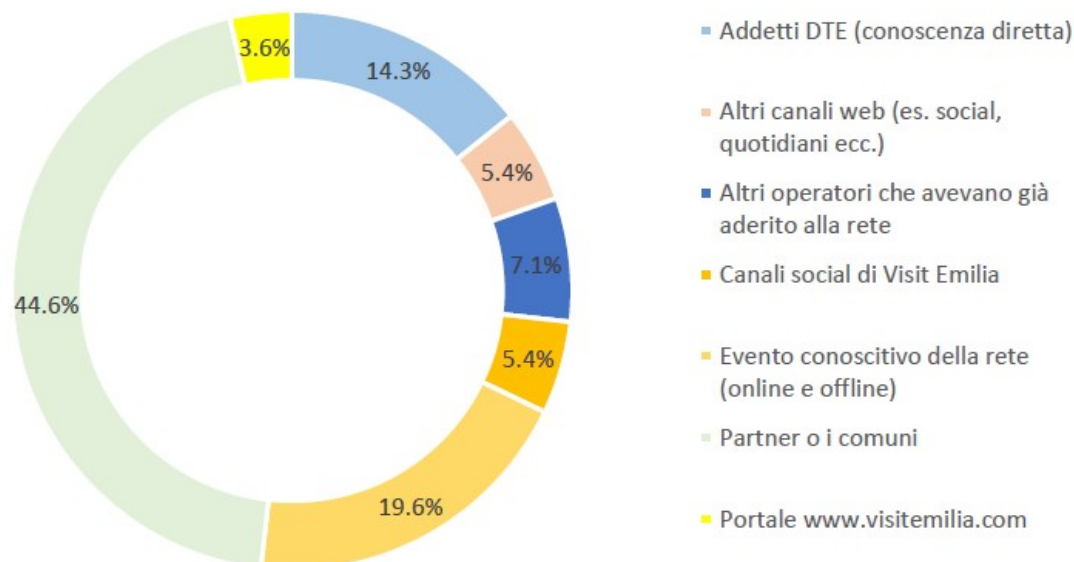


ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



Sezione 1 “Le reti di prodotto DTE”: canali informativi

3. Quale canale ha determinato la sua decisione di aderire alle reti?





ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISM

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE

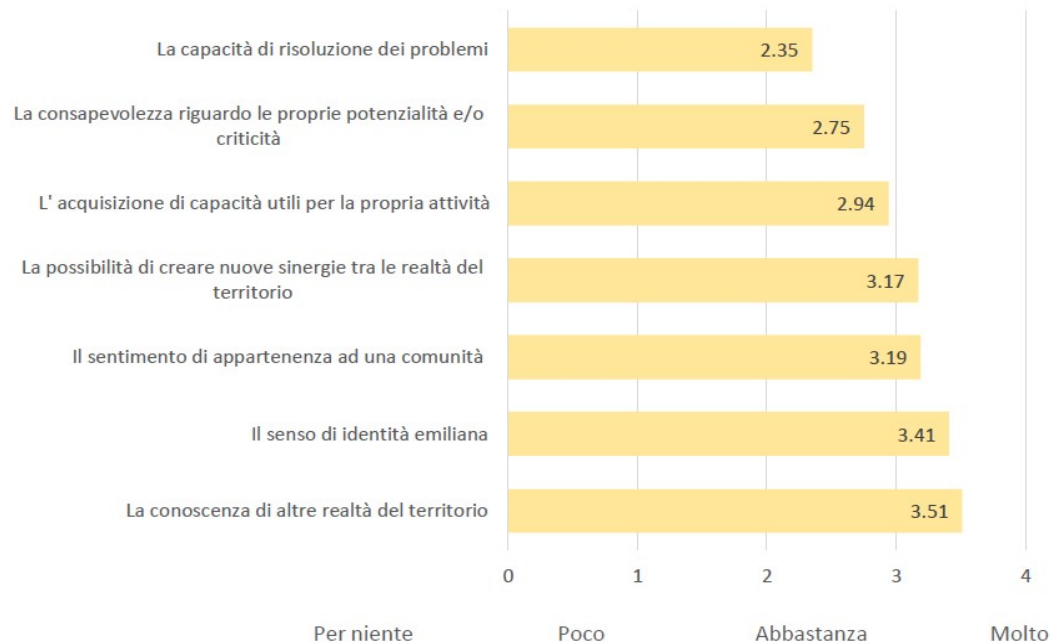


ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI

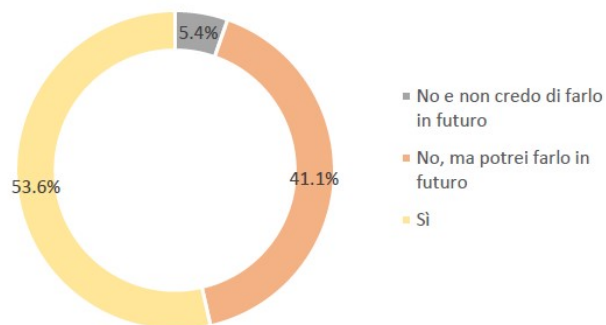


Sezione 1 “Le reti di prodotto DTE”: percezione degli operatori in merito agli elementi che facilitano la creazione di una cultura della rete

5. Quanto su una scala da 1 (per niente) a 5 (totalmente) l'adesione alle reti ha contribuito a rafforzare gli ambiti riportati?



4. Ha consigliato ad altri l'adesione alle reti?





ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISMO

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE



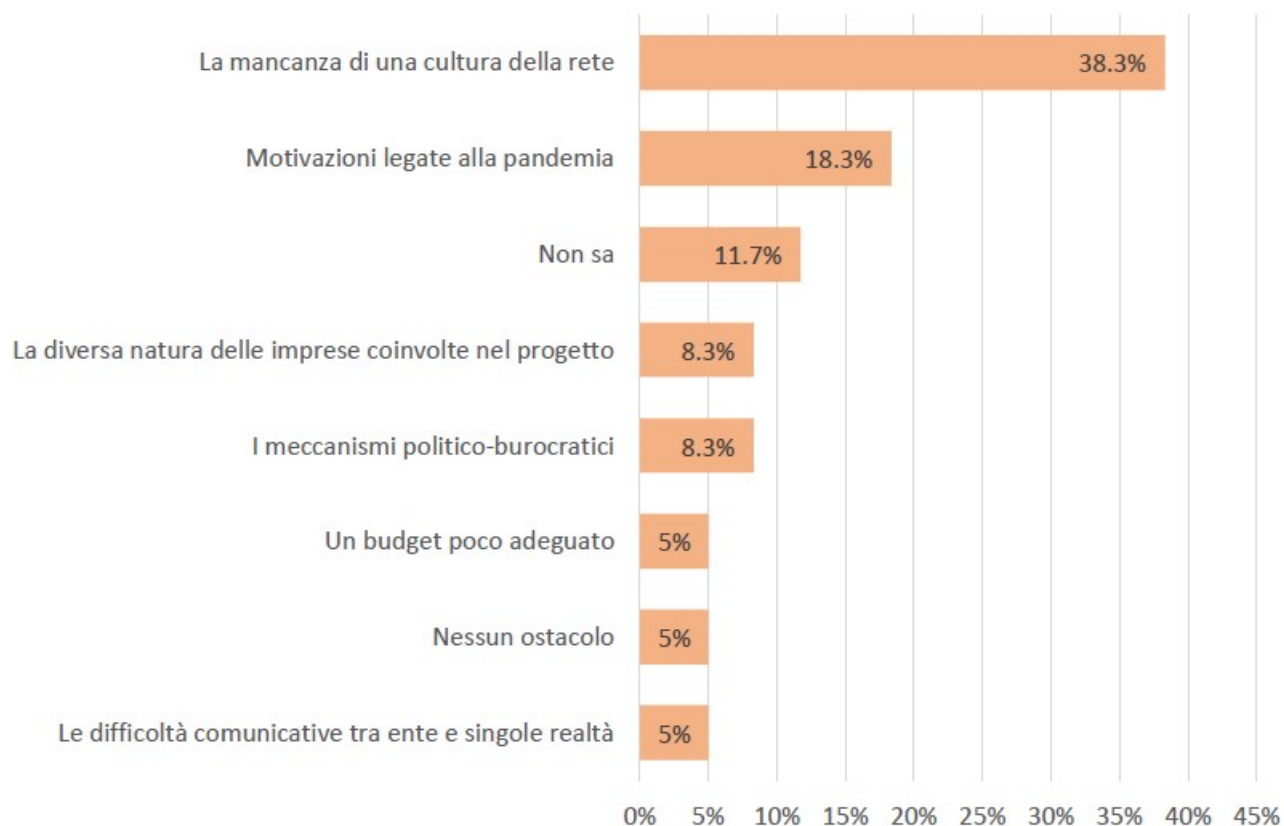
ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



FONDAZIONE FLAMINIA
PER L'UNIVERSITÀ
IN ROMAGNA

Sezione 1 “Le reti di prodotto DTE”: la percezione degli operatori in merito agli elementi che ostacolano la creazione di una cultura della rete

6. Quali elementi ostacolano il funzionamento delle reti?





ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISM

MASTER IN
VALORIZZAZIONE TURISTICA
E GESTIONE DEL PATRIMONIO
CULTURALE

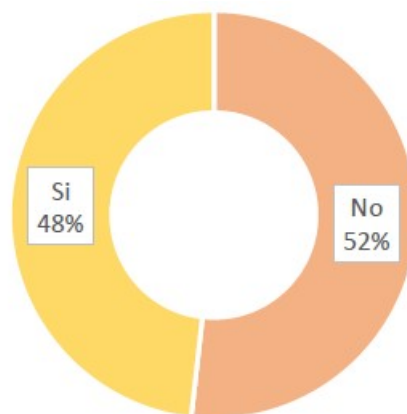


ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



Sezione 2 “La rete Terme &Outdoor”: conoscenza della terza rete

7. Conosce la nuova rete "Terme&Outdoor"?





ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISM

MASTER IN
VALORIZZAZIONE TURISTICA
E GESTIONE DEL PATRIMONIO
CULTURALE

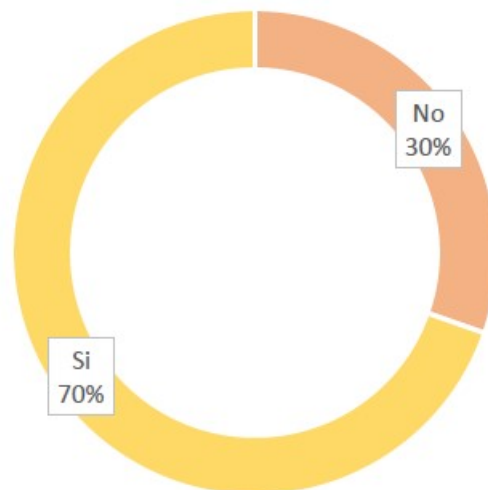


ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



Sezione 3 “Le attività online proposte da DTE”: adesione e gradimento delle attività online proposte dal primo lockdown ad oggi (autunno 2020)

8. Dal primo lockdown ad oggi, ha aderito alle iniziative online di DTE?





ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISM

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE

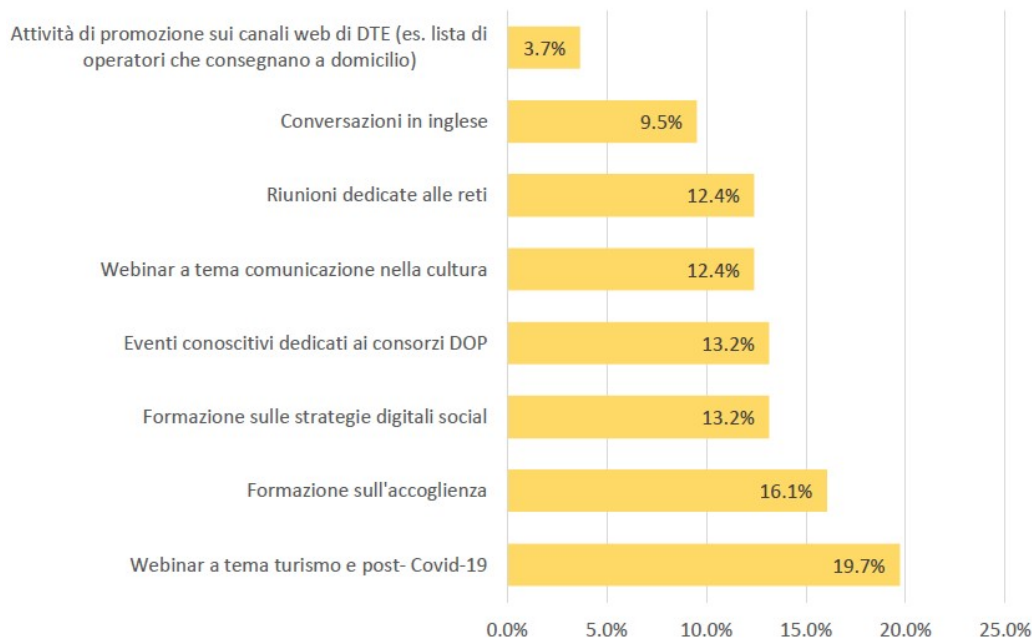


ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI

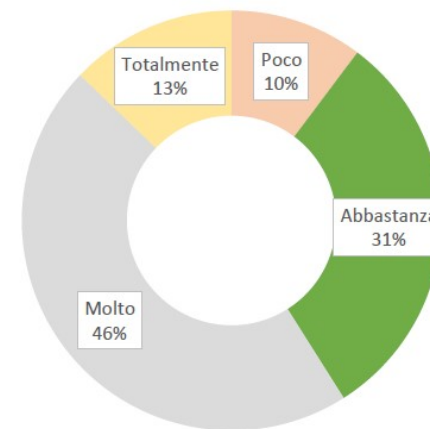


Sezione 3 “Le attività online proposte da DTE”: adesione e gradimento delle attività online proposte dal primo lockdown ad oggi (autunno 2020)

9. A quali attività online ha preso parte?



10. Le attività online proposte ad oggi sono state di suo gradimento?





ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISMO

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE

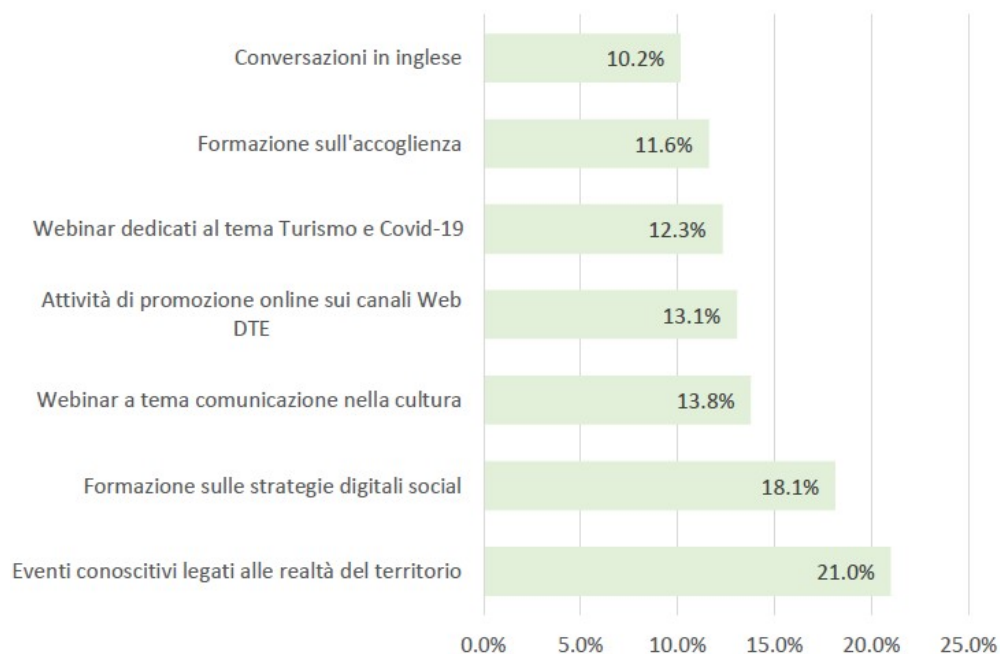


ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



Sezione 4 “Le attività online nel futuro”: quali attività, eventuali suggerimenti

11. Quali attività vorrebbe che fossero proposte in futuro?



12. Eventuali suggerimenti sull'attività di DTE:

- Maggiori possibilità di contatto e di interazione;
- Nuovi webinar sulla comunicazione digitale;
- Possibilità di confronto tra operatori e destinatari dei servizi (es. guide e agenzie);
- Maggiore e più equa visibilità degli operatori sul portale visitemilia.com.



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISM

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



FONDAZIONE FLAMINIA
PER L'UNIVERSITÀ
IN ROMAGNA

Ruoli degli enti in progetti di marketing territoriale

	Consulente scientifico/ Comunicatore (es. formazione marketing)	Inventore/ Innovatore (creazione di nuove sinergie sul territorio)	Costruttore/ Sviluppatore (es. Senso di identità territoriale)	Direttore/ Connettore (top- down/bott om-up)	Facilitatore (es. della conoscenza di altre realtà locali)
Università (Marche d'eccellenza, Gastronomic Cities)	✓	✓	✓	✓	✓
DTE (Reti di prodotto)	✓	✓	✓	✓	✓



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISMO

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



Conclusioni



Nonostante le difficoltà legate alla pandemia, DTE ha effettivamente un **ruolo chiave nello sviluppo di una destinazione turistica sostenibile**. In particolare:

- **La conoscenza, la comunicazione e la cooperazione tra gli stakeholder sono in fase di attivazione**: DTE sembra essere apprezzata proprio per la **capacità di far conoscere le realtà del territorio** agli operatori.
- **Partecipazione attiva e inclusione**;
- **Fiducia tra gli stakeholder e tra questi e l'ente stesso**;
- **Sentimento di appartenenza ad un progetto condiviso da una pluralità di soggetti, nonché ad un territorio**
- **Competenze utili allo sviluppo della loro attività**.



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISM

MASTER IN VALORIZZAZIONE TURISTICA E GESTIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



Raccomandazioni e limiti di ricerca

Raccomandazioni

- **Interviste di approfondimento ai singoli operatori o focus groups:** es. per ampliare la partecipazione, stimolare la comunicazione;
- **Formazione online:** per colmare lacune di competenze sui temi della comunicazione digitale per fornire capacità per le singole attività allineate alla strategia digitale della destinazione.
- **Post- pandemia: Modalità di formazione o di evento “ibridi”, in presenza ma con possibilità di connettersi da remoto.**

Limiti della ricerca

- Caso specifico DTE
- Tempistiche del tirocinio e del project work
- Limitati al numero di risposte ricevute.

Ricerca futura

- Analisi della letteratura sul tema stakeholder engagement e Covid-19
- Analisi benchmark di altre DMO



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
CENTRO DI STUDI AVANZATI SUL TURISM

MASTER IN
VALORIZZAZIONE TURISTICA
E GESTIONE DEL PATRIMONIO
CULTURALE



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI



Grazie per l'attenzione!