

## MONTIAMOCI LA TESTA – Terza Edizione

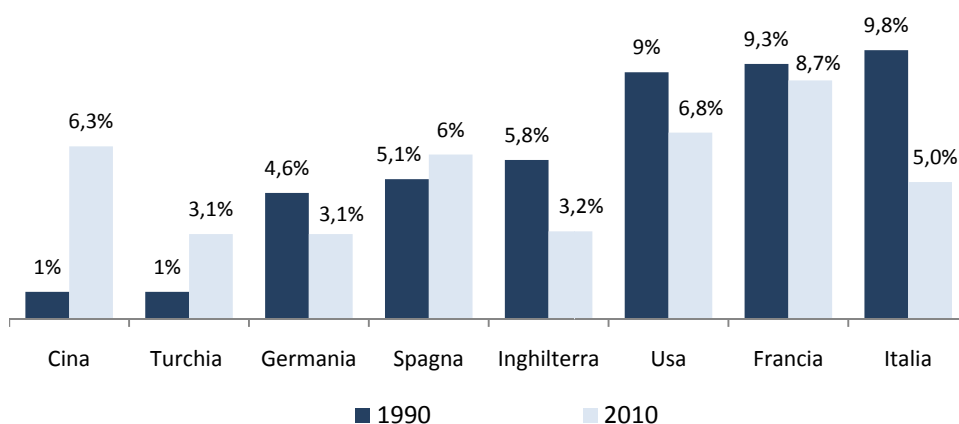
### Bertinoro, 21-22 gennaio 2012

#### A. Problemi che ci si propone di affrontare

Uno Stato senza più soldi. E, tuttavia, un paese che ha ancora il potenziale che gli deriva dall'essere quello più bello del mondo. Un vento di cambiamento che non è una delega in bianco per nessuno dei partiti politici che da vent'anni si contendono il potere e che è, soprattutto, la richiesta di risultati, nonché di maggiore spazio per una società civile che è, ancora, la nostra migliore risorsa.

L'Italia era ed è il paese con la più alta, diversificata, prestigiosa offerta turistica del mondo: lo dimostra la classifica sul numero di siti UNESCO, ma anche i censimenti delle opere d'arte che attribuiscono a questo paese percentuali tra il 25% ed il 50% dell'intero patrimonio mondiale. Se fino agli inizi degli anni novanta, l'Italia era al primo posto tra le grandi potenze turistiche del mondo, nei vent'anni successivi il Bel Paese riusciva a scivolare progressivamente nella classifica. Sono quasi ottanta milioni i turisti internazionali che arrivano in Francia ogni anno, contro i poco più di quaranta che sbarcano in Italia.

Grafico: Quote di mercato sui turisti internazionali nel 1990 e nel 2010, percentuali



Fonte: Elaborazione Vision&Value di dati World Tourism Organization

La cattiva notizia ne nasconde, del resto, una buona: noi riteniamo che l'Italia in cinque anni potrebbe recuperare almeno metà dello svantaggio, puntando sulle città che hanno il maggiore potenziale. Secondo

un'analisi di Vision il raggiungimento di questo obiettivo comporterebbe un aumento della ricchezza pari a 11 miliardi di euro (e ad un incremento del PIL di quasi un punto percentuale) e circa 550 mila posti di lavoro in più. La nostra convinzione è che almeno la metà di questo potenziale si possa conseguire comunicando meglio e riallineando l'offerta ai bisogni dei clienti, sulla base di una sistematica conoscenza delle loro esigenze, senza grandi investimenti infrastrutturali e senza impatti significativi sull'ambiente.

**B. Descrizione idea:**

Una proposta alle amministrazioni italiane che vogliono sul serio investire nel merito, ma anche a tanti "cervelli in fuga" ai quali chiediamo di non scappare più e di provare insieme a capire se questo è il momento per cambiare sul serio. Una proposta che mette insieme competenze e passione, una prospettiva professionale e una domanda politica in maniera trasparente e assolutamente legata al conseguimento di risultati. Una proposta la cui metodologia sarà assolutamente open source, aperta a miglioramenti ulteriori e a tutti quelli che sul proprio territorio vorranno rilanciarla.

L'idea progettuale parte dal presupposto che ci sia una grave carenza nell'approccio che molte amministrazioni hanno con la più importante risorsa, il TURISMO: poco sappiamo – anche se tutti ne parlano sulla base di aneddoti e percezioni – dei nostri clienti attuali e potenziali; di quali sono i fattori critici nella loro scelta, di quali sono i nostri maggiori concorrenti (territorio, cioè, che il turista valuta come alternativa al nostro come possibile destinazione) e di come siamo posizionati rispetto ai concorrenti sui diversi segmenti di clientela.

L'obiettivo è radicare nelle amministrazioni le competenze per riuscire a svolgere nel tempo e in maniera continua questa attività di intelligence della competitività del proprio territorio, che è fondamentale per calibrare risorse scarse in maniera da ottenere il massimo possibile risultato.

La novità della proposta di Vision è, tuttavia, che essa non costerà nulla all'amministrazione e tale considerazione è cruciale considerano lo stato delle finanze pubbliche. Chiediamo di partecipare agli utili che questa operazione genererebbe per il territorio, in proporzione al numero di turisti attratti (con una differenziazione per segmenti se l'amministrazione esprimesse chiare preferenze per il tipo di turisti da ospitare). E ciò costituisce una discontinuità assoluta, in un contesto nel quale la promozione delle diverse province, città, regioni e dell'Italia nel suo complesso è fatta da centinaia di sovrastrutture che hanno costi fissi e che non danno conto a nessuno.

**Vincoli e risorse necessarie:**

Vincolo/risorsa: collaborazione delle amministrazioni e delle istituzioni

Risorsa: staff preparato ed efficiente

Alleati: stakeholders (hotel, ristoranti, strutture ricettive varie), amministrazioni

Avversari: gli enti che, ad oggi, si occupano - con risultati spesso scadenti - di promozione del territorio (APT)