

Seminario tematico:

# Il Ruolo del Marketing Turistico nel territorio

*dott. Roberto Mazzagatti*

**Messina, 10 novembre 2009**

**Facoltà di Scienze della Formazione**

**Corso di laurea: "Programmazione e Promozione Turistica"  
(Classe 15 e 49)**

*Marketing significa letteralmente  
"piazzare sul mercato" (Wikipedia)*

Quale mercato?  
QUELLO TURISTICO!  
Ma...da CHI e' formato?????

---

---

# *L'evoluzione della domanda turistica*

Presentiamo il territorio in modo tradizionale  
ma...  
siamo nell'era digitale!



# *Il territorio contiene risorse*

Utilizzo delle risorse

+

Servizi e strutture

=

Prodotti turistici

+

Prezzo + comunicazione + distribuzione

=

Offerta turistica

---

---

# *La creazione del sistema*

1. Analisi delle risorse
  2. Verifica della turisticita'
  3. Aspetti logistici
  4. Grado di accoglienza
  5. Supporti ricettivi
- 
-

# *Segmentare per vendere*

Il target:

Vendo a quelli interessati



# *I player*

Presento il prodotto a:

OLTA - On Line Travel Agency

OLTO - On Line Tour Operator

PCO – Professional Congress Organizer

MP – Meeting Planner

PERCHE' ???

LORO HANNO I CLIENTI!

---

---

# *Parola d'ordine: differenziazione.*

Turismo natura

Turismo enogastronomico

Turismo culturale

Turismo congressuale



# *Quindi: Destination Management*

Un modo di concepire l'azione di incoming che pone al centro non i singoli servizi offerti, ma la destinazione e la sua capacità di offrire servizi integrati.

La destinazione deve perciò avvalersi di un marchio forte, deve comprendere tutte le prestazioni necessarie al turista, e deve basarsi su di un'attività gestionale centralizzata.

L'obiettivo è quello di generare flussi turistici di incoming equilibrati, sostenibili ed adeguati alle esigenze economiche degli attori coinvolti.

Sviluppo quindi, non solo crescita.

Diventa pertanto necessario dotare la destinazione turistica di una struttura organizzata, chiamata Destination Management Company (DMC). Quindi un soggetto che ha necessariamente forti contatti con tutti gli attori del turismo locale.

---

---

*Essenziale nel riferirsi a progetti  
di gestione di una destinazione:*

1

il riferimento ad un luogo geografico

2

il riferimento al turismo incoming

3

la considerazione dei fattori di attrazione in forma sistemica

4

l'intreccio del fenomeno turistico con le caratteristiche  
ambientali, sociali ed economici del luogo

---

---

# *Un modo di posizionare la destinazione*

La creazione degli EVENTI:

LUOGO GEOGRAFICO

+

PROGETTO EVENTO

=

DESTINAZIONE



# *ESEMPI PRATICI*

AMERICA'S CUP A TRAPANI NEL 2005  
TORINO OLIMPIADI INVERNALI NEL 2006  
GIFFONI FILM FESTIVAL – OGNI ANNO



*I QUESITI:*

DIBATTITO CON GLI STUDENTI

