

***O-Tur - USI***

**«Il Ticino economico nel confronto Interregionale»**

***Auditorium BancaStato Bellinzona, 14 giugno 2012***

**La competitività eco-sistemica  
tra esperienzialità, sostenibilità,  
e marketing territoriale nel  
post-turismo dei laghi**

**Luciano Pilotti**

**DEMM**

**Università di Milano**

# Cosa insegnano alcune esperienze internazionali ?

A – la Regione austriaca occidentale dei laghi, I laghi trentini e alcuni laghi svizzeri

B – Londra e il rilancio di vecchi borghi, strade commerciali e periferie abbandonati

C – Cleveland (Ohio) e riconversione di vecchie aree commerciali dismesse

D – Berlino e rilancio dei quartieri più marginali

E – Le Agenzie territoriali francesi e irlandesi per riconvertire aree industriali dismesse e attrarre nuovi investitori iniettando «nuovi business» o rigenerandone di esistenti

F – Abruzzo e la sartorialità di alta gamma dispersa in alcuni comuni periferici

G – Esperienza toscana e campana degli hotel diffusi come rigenerazione di vecchi borghi abbandonati

**Collaborative (post) tourism**

**(integrare, creare social cohesion, guardare al futuro)**



# La triangolazione eco-dinamica tra «chi, cosa e come» (regia, strategia, focalizzazione)

(chi / governance /stakeholders)

Regional center management  
(cosa/obiettivi/integrare processi)

Attrarre

Fidelizzare

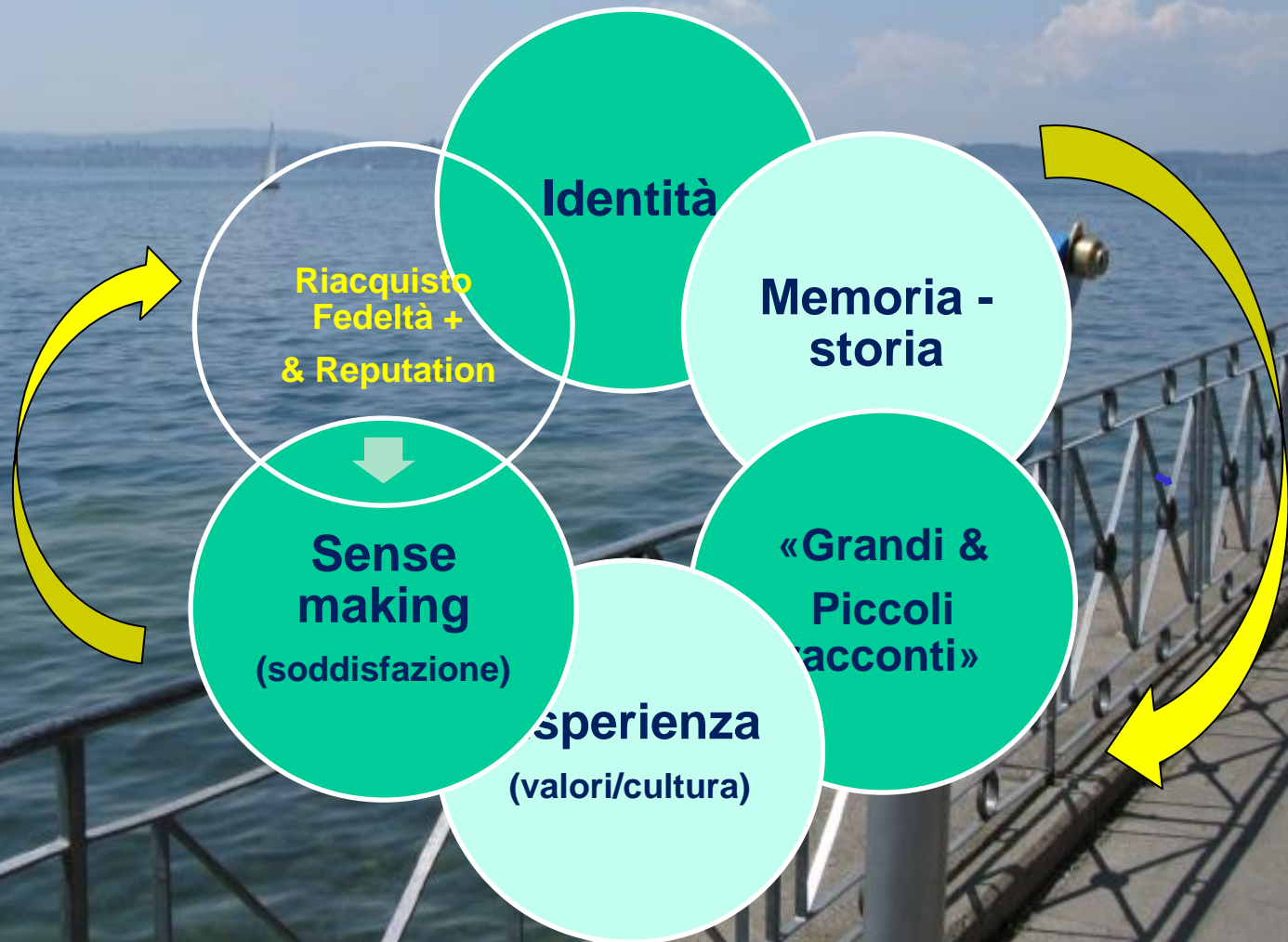
Trattenere

(come / strumenti / micro-meso-macro)

Marketing (post-turistico)

esperienziale

# Un processo circolare sciolto con la «modernita'» nella standardizzazione dei servizi





# «Salto di paradigma» del turismo ?

**(‘60)** Funzione (da erogare)

=> bisogno «primario» (somma di hotel)

**(‘80)** Prodotto => segmentaz.ne «a pacchetto» (somma di segmenti)

**(2005)** ad un post- turismo come  
eco-sistema (coda lunga)

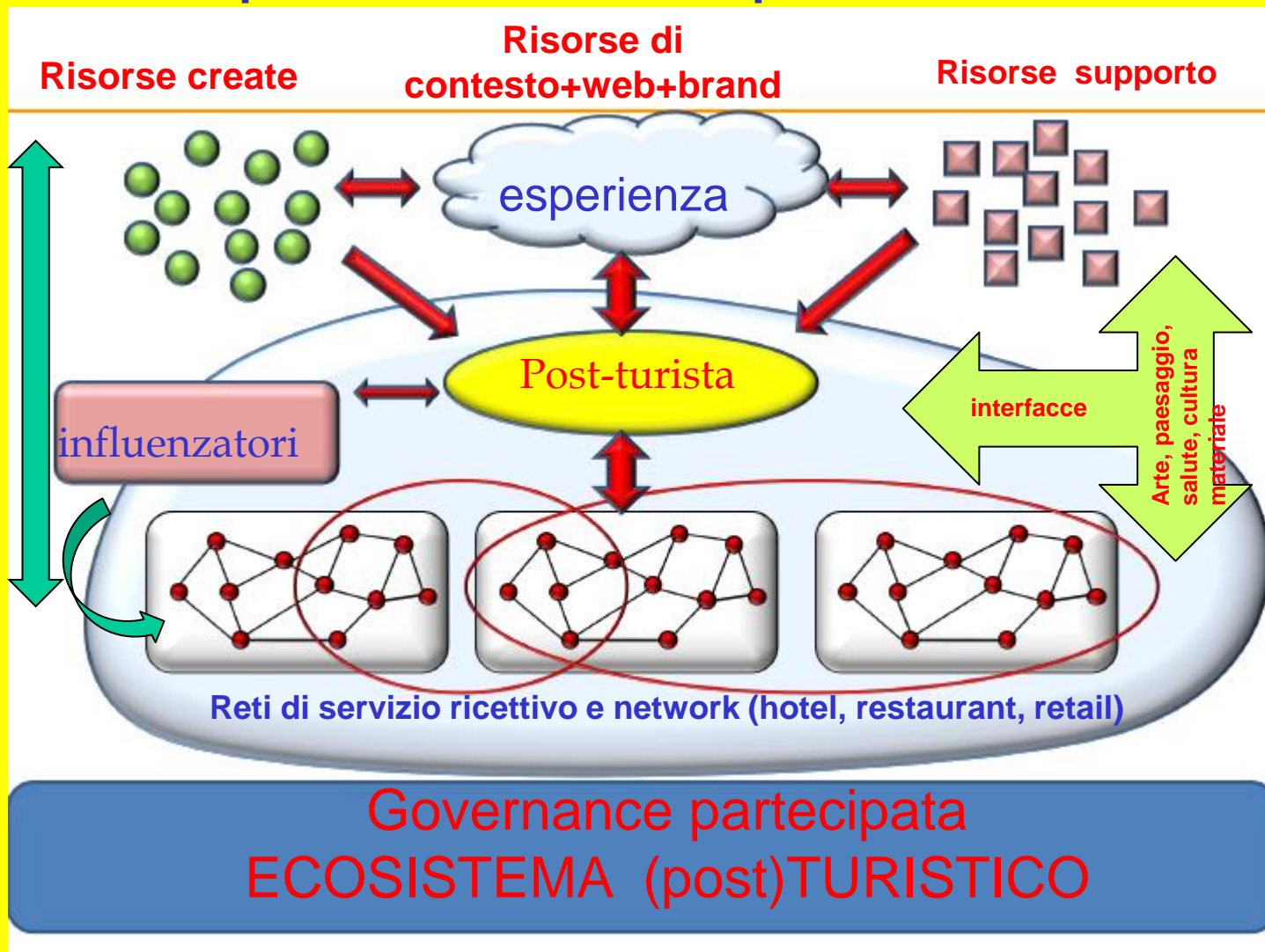
=> tra identità, memoria ed esperienza

... so what ?

**Bundling / unbundling services**

# Un nuovo paradigma: turista *new media*

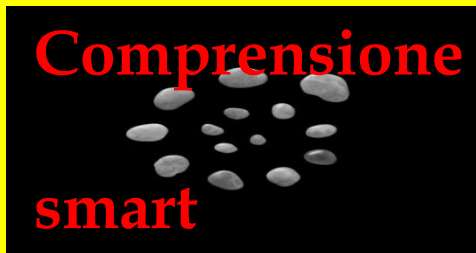
## Il post-turismo esperienziale





# Il post-turista tra emozioni ed esperienza!

Web enrichment of post tourism experiences:  
Seamless (*no cuciture*)



Densità informativa:  
day-life click e geo-  
localizzazione



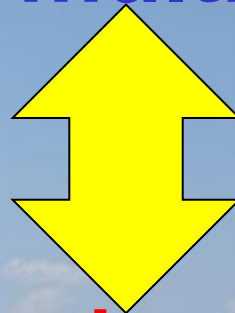
Costruire reti di senso  
attorno al post-turista

Micro-meso-macro



AGENZIE  
TERR.LI

# Progetti multi-locali



## Network creative workshop

**NCW**  
(un tessuto di servizi interconnessi)  
scaffolding + learning

- Hotels
- Luoghi pubblici  
Architettura & paesaggio
- negozi
- Spazi museali
- scuole
- Artigianato pregio
- infrastrutture



# Collaborative tourism

(integrare risorse, territori persone e storie)

## CONTAMINARE

(diffondere varietà: spazi, stili, prodotti, servizi )

## SPERIMENTARE

(promuovere innovazione: nuove idee, start-up, nuovi formati, arti e spettac.vivo)

## CONNETTERE

(sviluppare progetti integrati: tradizioni , cultura , eventi, eno-gast,..., federalismo)

## INTERAGIRE

(mobilitare risorse: endowed-creative, mobility-shopping cards)

# STRUMENTI

- a – Integrare le basi di dati per profilazione clientela su basi regionali e multiregionali
- b – favorire benchmarking analysis
- c – identificare best practices
- d – premiare i «migliori» (dai policy makers) con incentivi: servizi, tecniche, infrastrutture, fiscal policy
- e – comunicare in forme integrate su base regionale (geo-marketing/geo-localizzaz)
- f – accoppiare progettazione urbanistica e paesaggio, e inoltre programm. commerciale e degli eventi



...

## QUALI RISORSE PER LA CRESCITA DI UN ECOSISTEMA?

.. Federare e integrare per differenziare !  
.... TOURIST TAX !?

..Federalismo comunale ?

ROAD SHOW Nazionali / internazionali per Ospitare  
eventi nelle molteplici nicchie post-Turistiche !

Nuovi FORMAT di accoglienza e turismo diffuso !

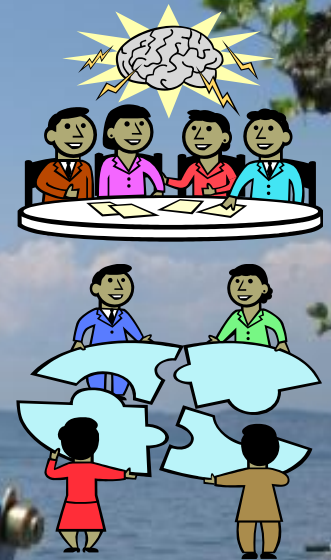
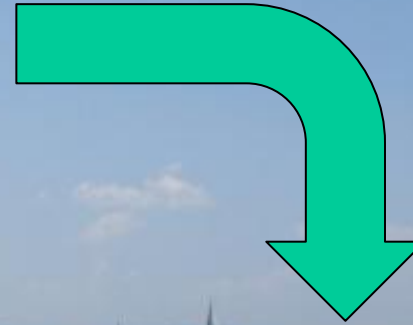
Nuove infrastrutture per mobilità & intermobilità !

DATI SISTEMATICI, SOCIAL MEDIA per nuova e  
dinamica profilazione clientela !

**Tra natura e cultura, wellness e sicurezza  
storia e sostenibilità !**



e...Post-turisti !



... vision per profilare .....  
Interagire per conoscere  
agire per differenziare e fidelizzare  
via bundling e unbundling tra micro, meso, macro !

**Costruire contesti adatti (seamless), ..., riconoscibili, accessibili, sostenibili dall'hotel al ristorante, dal negozio di oggetti d'arte al lungo lago fino alla pista ciclabile e al sentiero di montagna!**



## **POLICY MICRO-MESO ESPERIENZIALI GOVERNANCE DEL PUZZLE ECOSISTEMICO DEI LAGHI !**

- ..... per attrarre e trattenere !... fidelizzando con l'esperienza in ogni atto-attimo-luogo del turista-utente !

### **MICRO**

- Ridurre frammentazione dell'offerta rispetto ai molteplici pubblici
- personalizzazz. esperienziale: micro-leve per connettere identità-storia-cultura-relax-memoria
- i laghi: nè "monti" nè "mare" ma mix complesso di variabili attrattive che richiede coordinamento strategie di offerta e promozione su base multi-locale
- gestire coda lunga dovuta all'internazionalizzazione e all'accensione di nuovi mercati
- operare con unità di intervento di tipo **"MULTIDISTRETTUALE"**: nel commercio, nelle arti, negli eventi
- accoppiando TCM con regional center management RCM ( **REGIA COORDINATA**)
- art-shopping-visiting card per tutti che acquistano, consumano o visitano luoghi (cnincentivi e s conti e multi-ticketing o bonus per accedere a eventi vari)
- integrare arte, eno-gastronomia, cultura, entertainment ovunque dove possibile
- diffondere accesso ICT (wi-fi in piazze e hotel gratuito, ecc.)
- curare identità dell'offerta IN-house hotel: personalizzazione e cura dei particolari, design, arte povera



## **POLICY MICRO-MESO ESPERIENZIALI GOVERNANCE DEL PUZZLE ECOSISTEMICO DEI LAGHI !**

**... per attrarre e trattenere !.. fidelizzando con l'esperienza ogni atto del turista-utente !**

### **MESO**

- **robusta e ampia destagionalizzazione per sottrarsi alla competizione estiva e invernale di mare e montagna attraverso programmi di entertainment dedicati di medio lungo termine (EVENTI CULTURALI, SPORTIVI, ENOGASTRONOMICI)**
- **il tutto all'insegna della sostenibilità: cura ambientale, attenzione alle fonti energetiche, accoppiare programmazione edilizia architettonica con quella commerciale e degli eventi, prodotti artigianali di pregio e eno-gastronomia a Km0**
- **rivitalizzazione commerciale centri storici delle cittadine investendo nei giovani e nelle donne con start-up e quartieri periferici per eventi e nuove attività "creative" (arti, spettacoli dal vivo, land art, artigianato di pregio, ecc..) ....**  
**....RIABILITANDO CREATIVAMENTE CITTADINE DI LAGO e connetterle !**
- **collegando attività delle scuole con quella dei sistemi museali , dei ristoranti e degli eventi**
- **puntando su eventi "stabili" e "visibili": mostre itineranti ma all'interno di spazi museali e artistici o parchi naturali che operino lungo tutto l'arco dell'anno per una stagione che lavori su 8 mesi**
- **coinvolgimento partecipato delle COMUNITA' alle attività di "offerta" facendo crossing tra : istruzione, cultura, shopping, sport, relax, benessere, ecc.**

### **RISORSE INTANGIBILI da mobilitare**

**... i MARCHI SUI LAGHI vanno riempiti e fatti vivere: nella cultura, enogastronomia, nel paesaggio nei prodotti del territorio, artistici e/o artigianato o paesaggistici, nei quartieri e nelle valli  
sostenibilità e attrazione investimenti per accrescere la qualità dei contesti e i turisti di qualità !**