

FERPi
FEDERAZIONE
RELAZIONI
PUBBLICHE
ITALIANA

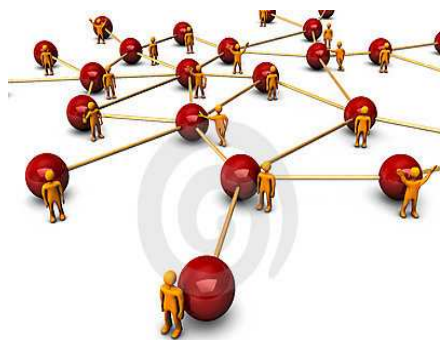
IL 'GOVERNO' DELLE RELAZIONI,
PRIMA INNOVAZIONE PER IL TURISMO

Francesca Albanese

Turistarth III - Urbino, 6 giugno 2011

FERPI - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana

Dal 1970 rappresenta i **professionisti di Relazioni Pubbliche** che operano per favorire il raggiungimento degli obiettivi di singoli ed organizzazioni (imprese, associazioni, enti e istituzioni) attraverso **l'attivazione e la gestione dei sistemi di relazione con i pubblici influenti**



dreamstime.com

IN FERPI
UN GRUPPO DI LAVORO SUL TURISMO



- **Analizzare** come le **relazioni** influiscono sull'**efficienza**, e quindi sulla **competitività**, dei sistemi turistici
- **Valorizzare** la relazione come **chiave di sviluppo** del settore turistico
- **Sensibilizzare** gli stakeholder del settore sull'importanza del '**governo delle relazioni**'

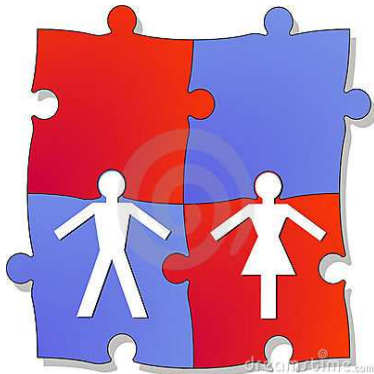


PERCHE'?

Perché il **turismo è relazione**



Sulla **qualità delle relazioni**
deve fondare il suo **sviluppo**



1. INDAGINE FERPI sugli operatori turistici

(413 questionari compilati)



- **Qualità delle relazioni:** molto importante per lo sviluppo del turismo (**84,3%**)
- Capacità di **gestire le relazioni:** molto (**68%**) o **abbastanza (28,7%) importante** per i sistemi turistici
- **RP:** oggi **più importanti** di ieri (**74,3%**)



2. INDAGINE FERPI sugli operatori turistici

- **Qualità attuale** delle relazioni turistiche mediamente **scarsa** o **appena sufficiente**



In un scala da 1 a 5.....**Rate Average**

- Tra operatori pubblici e privati **2,60**
- Tra le istituzioni **2,72**
- Tra le imprese **2,82**
- Tra imprese di territori diversi **2,44**
- Con i turisti **3,27**
- Con i media **2,97**



E ALLORA?

Alcune **criticità** da non sottovalutare:



- **Frammentazione** e confusione di **ruoli** e funzioni
- **Individualismo** e **conflittualità**
- **Carenza** di **pianificazione** e di **coordinamento**
- **Scarsa conoscenza** del **mercato**



SAPER FARE RETE

Prodotto turistico: da somma di risorse e servizi
a **sistema integrato** di offerta



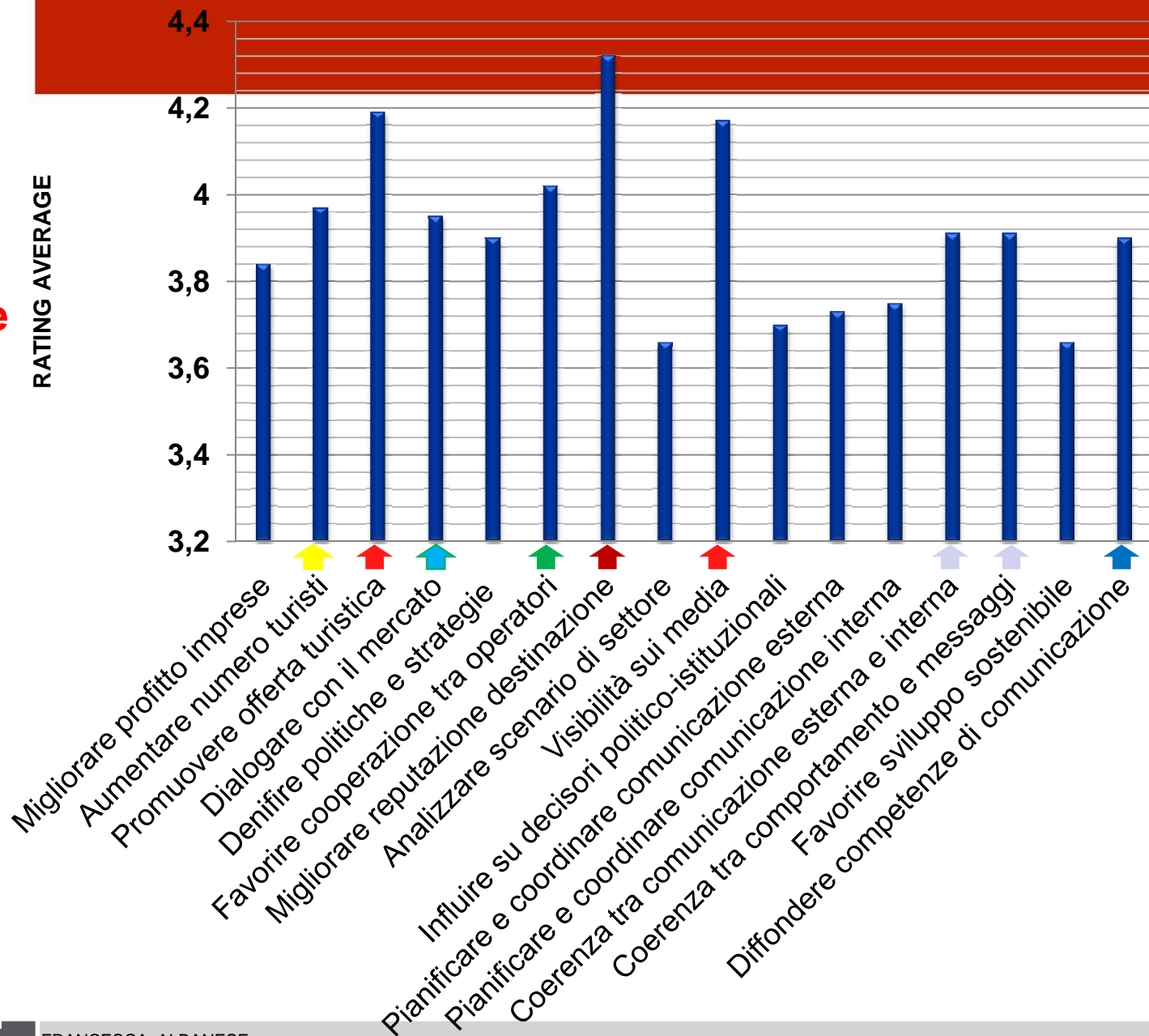
- Stessi **obiettivi**
- **Identità** condivisa
- **'Cabina di regia'**
- Interazioni e **collaborazioni**
- Forte **legame** col **territorio**
- **Posizionamento** distintivo e adeguato



Il governo delle relazioni, prima innovazione per il turismo

Indagine FERPI: le aspettative sulle RP

RATING AVERAGE



RUOLO DELLE RELAZIONI PUBBLICHE

Non solo promozione e visibilità, ma anche **gestione di sistemi di relazione sempre più complessi** sia **nel territorio** che **con il mercato**, sia **offline** che **online**



Comunicazione relazionale come competenza diffusa nella “**ORGANIZZAZIONE COMUNICATIVA**”



COSA DEVE FARE IL COMUNICATORE?

Mettere in relazione



Dentro l'organizzazione

- Ascoltare
- Analizzare
- Informare
- Formare
- Facilitare
- Coordinare
- Monitorare
- Dialogare
-

All'esterno

- Ascoltare
- Interpretare
- Informare
- Mediare
- 'Narrare'
- Monitorare
- Creare e gestire sistemi di relazione
-



WEB 2.0

Nuove tecnologie: **opportunità straordinarie!** Ma...



- Senza una strategia di sistema, **non bastano**
- Vanno gestite con **professionalità** e con costanza
- Devono ricondurre all'**esperienza sul territorio**
- Devono mettere **al centro la persona**



dreamstime.com

CULTURA DIGITALE? CULTURA RELAZIONALE!

Il web non è una vetrina, ma un **ambiente relazionale innovativo** che va collegato alla dimensione reale



- ascolto
- trasparenza
- informazione
- narrazione
- dialogo
- condivisione
- partecipazione
- community



Il turista non è un 'target': è un **interlocutore attento**, sia sulla Rete che sul territorio, ed è il primo **testimone** della qualità dell'offerta turistica



1. UNO SGUARDO AL TURISMO CULTURALE

Scarsa sinergia tra cultura e turismo



- Politiche e gestioni per lo più **separate**
- Orientamento al **mercato** (turismo) vs. orientamento al **bene culturale** (cultura)
- Obiettivo di aumento dei **flussi turistici** (turismo) vs. obiettivo di tutela e **valorizzazione sostenibile del patrimonio** (cultura)



2. UNO SGUARDO AL TURISMO CULTURALE

Rapporti non sempre facili tra gli operatori
dei due settori



- gli **operatori turistici** considerano gli **operatori culturali** come **‘autoreferenziali ed elitari’**
- gli **operatori culturali** reputano gli **operatori turistici** **‘poco sensibili verso la cultura’** o **‘solo preoccupati al business’**



3. UNO SGUARDO AL TURISMO CULTURALE

I vantaggi della **interrelazione** tra turismo e cultura



- Il turismo ha bisogno della **cultura** come **attrattore della domanda** e per la **destagionalizzazione** dei flussi turistici
- La cultura ha bisogno del **turismo** per **valorizzare siti eccellenti al di fuori dei circuiti più noti**



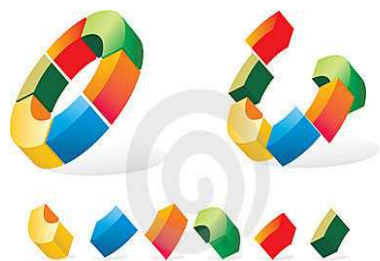
4. UNO SGUARDO AL TURISMO CULTURALE

Il territorio è come un libro ricco di **nessi culturali**,
dialoghi tra presente e passato, **relazioni tra identità**



Il **turismo culturale** è fatto di:

- monumenti e musei
- siti archeologici
- eventi musicali, teatrali, letterari, cinematografici
- tradizioni enogastronomiche
- manifestazioni folkloristiche
- **...TANTI MODI DI LEGGERE IL TERRITORIO**



5. UNO SGUARDO AL TURISMO CULTURALE

Fare leva sul **ruolo intrinsecamente relazionale**
della cultura e del turismo



- **Cultura:** **scambio** di valori, **coesione** sociale, **legame** tra tradizione e innovazione, **coinvolgimento** emozionale
- **Turismo:** **accoglienza**, **incontro** di persone, **confronto** tra culture sul territorio



LE RP PER IL TURISMO CULTURALE

Siamo “**costruttori di ponti**”



- Valorizzare il **rapporto** tra **cultura, turismo e territorio**
- Favorire e gestire l'**integrazione** nel territorio e l'**interazione** con il mercato



distretti **itinerari** **STL**
parchi **tematici** **sistemi museali** **agenzie di sviluppo** **circuiti**

La **governance** non è solo un problema politico ma anche di **professionalità adeguate**

1000 professionisti FERPI mettono a disposizione le loro **competenze**



GRAZIE DELL'ATTENZIONE!

www.ferpi.it

info@ferpi.it



dreamstime.com

Francesca Albanese

f.albanese@tin.it - francesca@starting4.it