**   **

**IL TURISMO INTERNAZIONALE SI RACCONTA**

**A TORINO**

**VENERDÌ 10 GENNAIO 2020**

**UNA GIORNATA DI APPROFONDIMENTO SULLE STRATEGIE DI NOTE REALTÀ TURISTICHE COME COPENHAGEN E VIENNA**

“***Facciamo il punto sul turismo***”?

E’ la domanda alla quale **Turismo Torino e Provincia** vuole rispondere nella giornata di **venerdì 10 gennaio,** dalle 9 alle 14**,** invitando a Torino gli esponenti di note realtà turistiche internazionali e speaker di alto livello.

“*Non volevamo rispondere noi a questo interrogativo –* sottolinea **Daniela Broglio***,* Direttore di Turismo Torino e Provincia *– snocciolando dati e ricerche di vari Osservatori ma lasciare la risposta a prestigiose realtà internazionali che sul turismo hanno fatto forti investimenti ottenendo ottimi risultati; a tal fine, facendo parte da ben 19 anni della rete European Cities Marketing e partecipando annualmente ai loro meeting con l’intento di imparare e portare a casa esempi virtuosi, costruttivi e stimolanti, abbiamo pensato di invitare alcuni dei membri a Torino per raccontare a coloro, pubblici e privati, che operano sul nostro territorio le loro esperienze”.*

ECM (European Cities Marketing) è un'organizzazione senza scopo di lucro creata per migliorare la competitività e le prestazioni delle principali città d'Europa; offre una piattaforma per i professionisti del tempo libero, dell'industria delle riunioni e del marketing urbano al fine del reciproco scambio di conoscenze, migliori pratiche per ampliare la propria rete e per realizzare nuove attività. Le città italiane che fanno parte delle rete sono Bologna, Bolzano, Genova, Milano e… **Turismo Torino e Provincia** che, nel corso degli anni, ha presentato la città di Torino come case history virtuosa soprattutto in occasione della gestione dei Giochi Olimpici di Torino 2006.

**Fare il punto sul turismo** - ovvero comprendere **come evolve il settore economico**, a quale **velocità**, analizzando il suo **impatto** e con quali **limiti e prospettive** al fine di ideare una valida strategia di marketing turistico per rendere competitiva una destinazione – è l’obiettivo della giornata!

A tal fine, si alternano sul “palco” dell’NH Hotel Santo Stefano, autorevoli stakeholder del mondo turistico internazionale trattando diverse tematiche:

PIER PAOLO MARIOTTI, *Certified Meeting Manager EURAC Research & Director of ECM –* ***European Cities Marketing*** - Summer School

Con una nuova strategia (2019-2022), ECM dà il benvenuto ad un nuovo modello in cui l’unica costante è il rapido cambiamento. **La necessità di una gestione strategica delle destinazioni è più grande che mai** e abbiamo bisogno di reinventare il nostro ruolo ed abbracciare nuove opportunità con giocosa curiosità. Come associazione, noi di ECM diciamo “Buongiorno” al domani e ci impegniamo per aiutare i nostri membri ad allineare le loro priorità strategiche a qualunque tipo di richiesta, sfida e opportunità che il futuro porterà.

NANNA THUSGAARD, *Senior Sustainability Manager* ***Wonderful Copenhagen***

10XCOPENHAGEN è stato avviato nell’Ottobre del 2017 come un grande progetto di ricerca con lo scopo di creare nuove intuizioni per delineare la direzione di uno sviluppo competitivo del turismo a Copenhagen in vista del 2030. Abbiamo bisogno di queste intuizioni, perchè **soltanto comprendendo i fattori che favoriscono o ostacolano la crescita del turismo, così come l’impatto del turismo sulla città, saremo in grado di promuovere la crescita futura a beneficio della città e dei suoi abitanti**. La ricerca 10XCOPENHAGEN include una notevole attenzione alle percezioni e alle esperienze che gli abitanti di Copenhagen hanno, nelle loro vite quotidiane, riguardo il turismo.

NORBERT KETTNER, *Managing Director* ***Vienna Tourist Board***

*Vienna può vantare una lunga storia di successi come meta turistica*. Il numero di visitatori continua a crescere, la capitale ha una grande offerta in termini di qualità e varietà, e le sue infrastrutture e servizi sono eccellenti. La popolazione viennese supporta in maniera straordinaria il progresso. Ma il successo non può essere dato per scontato, esso fornisce soltanto una solida base dalla quale intraprendere nuove direzioni. Nella sua Visitor Economy Strategy 2025, Vienna sta sviluppando una visione del futuro che mette al centro una crescita benefica e sostenibile della destinazione.

ROGER CARTER, ***Managing Director Team Tourism*** *&* ***Deputy Director of the Expert Committee of the World Tourism Cities Federation***

Roger Carter illustrerà di come la sua compagnia fa affari attraverso nuove modalità, gestendo una rete globale virtuale di esperti in diversi aspetti del turismo, e discipline affini, che si aggregano in team mettendo insieme competenze per progetti specifici. Gli strumenti e la comunicazione digitali sono fondamentali per il funzionamento della rete e del team di progetto.

**Roger andrà poi ad esaminare le modalità** con cui, negli ultimi 25 anni, **le organizzazioni di gestione della destinazione hanno utilizzato le nuove tecnologie per business**. La drammatica crescita nella gamma dei servizi disponibili in rete, unita ai cambiamenti nella natura delle richieste dei consumatori, fa sì che le organizzazioni di destinazione debbano spostare la loro attenzione nel creare, promuovere e vendere esperienze memorabili ed eccezionali, in modo da differenziare le loro mete da quelle della concorrenza e assicurare un alto livello di sostenibilità.

La responsabilità nel creare questo tipo di esperienze spetta alle parti interessate ed ai fornitori di servizi turistici e richiede innovazione ed autenticità. Roger parlerà degli approcci da adottare per realizzare tutto questo, fornendo anche esempi di casi studio. Concluderà parlando delle nuove opportunità e delle sfide da affrontare per promuovere e vendere l’ampia gamma di esperienze disponibili nella maggior parte delle destinazioni.

GUY BIGWOOD, ***Managing Director Global Destination Sustainability Index and GuBi Consulting***

La scienza avverte che per rallentare significativamente i cambiamenti climatici dobbiamo ridurre le emissioni di carbonio di almeno il 50% entro il 2030 ed essere neutrali entro il 2050. Ciò presuppone che il settore degli eventi e del turismo ripensi e ridisegni le strategie di business, non solo per diventare più sostenibile, ma anche per rigenerare l’ambiente e le comunità.

Nel frattempo stiamo assistendo ad un cambiamento radicale nell’opinione pubblica, con movimenti civili come i “Friday for Future” e “Extinction Rebellion”, che mobilitano milioni di persone per la richiesta di un cambiamento da parte dei governi e delle imprese. Con l’ascesa del “Flight Shaming” ed “Event Slamming” e con le legislazioni pendenti, l’economia turistica fronteggia significativi rischi per la sua reputazione e potenziali rischi finanziari con i quali non avremmo mai pensato di dover fare i conti. Sorge spontanea la domanda: siamo pronti ad intraprendere questi profondi cambiamenti per sopravvivere? Possediamo le capacità di leadership necessarie? E come accelerare e potenziare questo imminente cambiamento? Con un’accurata esposizione dei dati, dei casi studio e delle storie, **Guy Bigwood stimolerà una profonda riflessione circa le strategie e le azioni necessarie per trasformare l’economia dei turisti di domani** da una distrutta dall’emergenza climatica ad una che invece crea un fiorente e prosperoso futuro per tutti, rigenerando la natura e le sue comunità.

Alla giornata di approfondimento, dalle 9 alle 14, sono stati invitati amministratori, operatori e opinion leader del settore che lavorano sulla scena torinese.

Turismo Torino e Provincia

Ufficio Stampa: Silvia Lanza, 349.8504589, s.lanza@turismotorino.org