



Spett.le
Roberto Saccone
Presidente Camera di Commercio di Brescia

OFFERTA DI SERVIZIO

**DEFINIZIONE DI UN NUOVO MODELLO ORGANIZZATIVO TURISTICO
PER LA PROVINCIA DI BRESCIA**

ADRIANA MIOTTO

Founder e Legale Rappresentante

JUST GOOD TOURISM SRL

Via del Risorgimento 36

35137 Padova

C.F. e P.I. 05303870280

Il presente documento illustra l'offerta di servizio, richiesta dalla Camera di Commercio di Brescia, per l'implementazione del nuovo modello di governance turistica per la provincia di Brescia. La proposta di intervento viene dettagliata nelle pagine seguenti.

ADRIANA MIOTTO

Founder e Legale Rappresentante

I. INTRODUZIONE

Il presente documento illustra la proposta di servizio per la seconda fase del progetto di sviluppo del modello di governance turistica della Provincia di Brescia, commissionato dalla Camera di Commercio di Brescia in collaborazione con Visit Brescia. Questa fase mira a implementare le linee di intervento identificate nella fase di progettazione, attraverso un percorso di coaching per i sotto-ambiti territoriali e un supporto evolutivo per le funzioni interne di Visit Brescia.

Obiettivi della seconda fase



1. Incontri con i Sotto-Ambiti Territoriali:

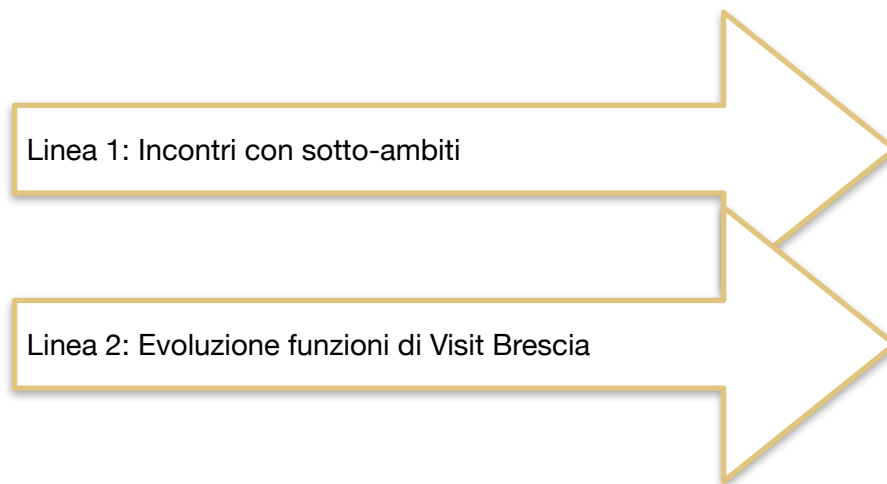
- 1.1. Supportare i 5 sotto-ambiti territoriali (Lago di Garda, Lago d'Iseo e Franciacorta, Valle Trompia, Valle Sabbia, Valle Camonica, Brescia e sua Pianura) nell'evoluzione dei loro modelli di governance.
- 1.2. Favorire la creazione di strategie locali in linea con la vision provinciale e migliorare la cooperazione tra i diversi attori territoriali.

2. Evoluzione delle funzioni interne di Visit Brescia:

- 2.1. Rafforzare le funzioni di supporto della DMO provinciale, con particolare attenzione allo sviluppo del prodotto turistico, alla progettazione dei servizi di informazione e accoglienza, alla creazione dell'osservatorio turistico.
- 2.2. Sviluppo dei tavoli di lavoro di Visit Brescia, garantendo un coordinamento efficace e una visione integrata di tutto il territorio.

II. STRUTTURA GENERALE DELL'INTERVENTO

In coerenza con la richiesta della Camera di Commercio di Brescia e con gli obiettivi sopracitati, la proposta di intervento è articolata su un **percorso di 3 anni** che prevede **due principali linee di intervento**.



Linea di intervento 1 – Incontri con i 5 sotto-ambiti territoriali

Verranno svolte 120 giornate dedicate a supportare i cinque sotto-ambiti territoriali individuati nella fase I del lavoro (Lago di Garda, Lago d'Iseo e Franciacorta, Valle Trompia, Valle Sabbia, Valle Camonica, Brescia e sua Pianura) nell'evoluzione dei loro modelli di governance, attraverso incontri con gli stakeholder territoriali, sessioni di coaching, impostazione e implementazione delle diverse organizzazioni locali e attività di monitoraggio continuo.

Linea di intervento 2 - Evoluzione delle funzioni interne di Visit Brescia

Prevede la creazione di pacchetti/giornate per ognuno dei 3 focus progettuali, con l'obiettivo di rafforzare le funzioni di supporto della DMO provinciale, concentrandosi su: prodotto turistico, informazione e accoglienza, osservatorio turistico. Tale azione si rende necessaria per garantire un coordinamento efficace e una visione integrata dello sviluppo turistico della provincia in coerenza con le azioni della Linea di intervento 1.

III. LINEA DI INTERVENTO 1: INCONTRI CON I 5 SOTTO-AMBITI TERRITORIALI

La Linea di intervento 1 mira a fornire supporto strategico e operativo ai cinque sotto-ambiti territoriali della Provincia di Brescia: Lago di Garda, Lago d'Iseo e Franciacorta, Valle Trompia, Valle Camonica, Brescia e sua Pianura. Questa linea di intervento si concentra sull'evoluzione dei modelli di governance locali per migliorare la gestione turistica e favorire uno sviluppo sostenibile e integrato. Il ciclo di incontri sarà personalizzato per rispondere alle specifiche esigenze di ciascun territorio, garantendo un coordinamento efficace con la DMO provinciale.

1. Analisi Preliminare e Pianificazione

a. Organizzazione di incontri iniziali con Visit Brescia

- i. Avvio del progetto con incontri preliminari insieme a Visit Brescia per raccogliere informazioni dettagliate sulle esigenze specifiche di ciascun sotto-ambito territoriale.
- ii. Durante questi incontri, verranno identificate le peculiarità, le risorse e le sfide di ogni sotto-ambito per comprendere meglio il contesto locale.

b. Redazione di un piano di lavoro personalizzato per ogni sotto-ambito:

- i. Sulla base delle informazioni raccolte, verrà sviluppato un piano di lavoro su misura per ciascun sotto-ambito che includerà:
 1. Obiettivi strategici e operativi specifici.
 2. Tempistiche dettagliate
 3. Individuazione delle responsabilità dei diversi attori coinvolti
 4. Definizione di una struttura organizzativa ad hoc
- ii. Il piano di lavoro sarà condiviso e validato con i principali stakeholder di ciascun sotto-ambito per garantire la massima partecipazione e collaborazione.

2. Sessioni di incontri e workshop

- a. **Verranno organizzati incontri e workshop interattivi** per le amministrazioni comunali, rappresentanti istituzionali, associazioni di categoria e i team di gestione dei sotto-ambiti territoriali, con la partecipazione di esperti in governance turistica, sviluppo strategico e gestione delle risorse. Queste sessioni avranno l'obiettivo di trasferire conoscenze e competenze pratiche per comprendere meglio la visione strategica che si è data Visit Brescia e comprendere insieme come far evolvere il modello organizzativo dell'intera Provincia.
- b. **Organizzazione di study visit** per confrontarsi con aree competitor e individuare trend e prospettive di sviluppo applicabili anche nella provincia di Brescia.
- c. **Focus su:**
 - i. *Evoluzione del modello di governance provinciale*: raccontare e descrivere la visione che si è data Visit Brescia nel nuovo modello di governance, motivazioni e scenari di riferimento.
 - ii. *Sviluppo strategico*: supporto e stimolo nella definizione di strategie turistiche sostenibili e innovative, allineate con la vision provinciale.
 - iii. *Gestione delle risorse*: fornitura di strumenti e metodologie per una gestione efficiente delle risorse umane, finanziarie e del territorio.
 - iv. *Implementazione di progetti prioritari*: identificazione e realizzazione di progetti con un impatto significativo sullo sviluppo turistico del territorio.

3. Monitoraggio e Feedback

- a. Raccolta di feedback continui per adattare e migliorare il percorso di coaching
- b. Incontri periodici di avanzamento saranno redatti per monitorare i progressi e identificare eventuali aree di miglioramento.
- c. Il feedback raccolto sarà utilizzato per apportare modifiche tempestive al piano di lavoro e alle sessioni di coaching, garantendo così un supporto sempre più efficace e mirato.

Per questa linea di intervento vengono considerate 120 giornate (suddivise nelle varie fasi di lavoro) compresi i costi di trasferta. La suddivisione interna delle giornate per ogni sotto-ambito (5 individuati: Lago di Garda, Lago d'Iseo e Franciacorta, Valle Trompia, Valle Sabbia, Valle Camonica, Brescia e sua Pianura) sarà oggetto della fase “Analisi Preliminare e Pianificazione” descritta sopra e condivisa con Visit Brescia. Il numero delle giornate per ogni ambito potrà variare di anno in anno sulla base delle esigenze progettuali e delle risposte da parte dei territori.

II. LINEA DI INTERVENTO 2

EVOLUZIONE DELLE FUNZIONI DI VISIT BRESCIA

La Linea di Intervento 2 è progettata per rafforzare le funzioni interne di Visit Brescia, garantendo che la DMO provinciale possa operare in modo efficace e sostenibile. Questo intervento si concentra su quattro aree chiave: prodotto turistico, informazione e accoglienza, osservatorio turistico, coaching al CdA e alla direzione e supporto alla struttura organizzativa. Per ogni focus progettuale **verranno definite insieme alla Direzione di Visit Brescia specifiche priorità, attività e obiettivi.**

Focus Progettuali

1. Prodotto Turistico

Cosa si andrà a fare:

- Identificare i cluster di prodotto turistici prioritari per lo sviluppo della provincia (es. cultura, enogastronomia, outdoor).
- Definire standard minimi di qualità per l'offerta turistica.
- Creare progetti a livello provinciale e sviluppare cataloghi di prodotti turistici da poter essere commercializzati.
- Monitorare l'implementazione delle nuove strategie di prodotto e valutarne l'impatto.

Output previsti:

- Definire e applicare standard di qualità .
- Progetti turistici implementati e cataloghi prodotti disponibili.
- Strategie di prodotto monitorate e ottimizzate in base ai feedback ricevuti.

2. Informazione e Accoglienza

Cosa si andrà a fare:

- Ripensare gli uffici di informazione turistica in chiave innovativa e di sostenibilità economica
- Valutare il modello di gestione degli uffici turistici e creare un sistema di rete tra i vari uffici IAT
- Individuare un'immagine coordinata e strumenti comuni per i vari uffici della Provincia

- Supportare la creazione di accordi con enti territoriali e il miglioramento della qualità dei servizi con standard di qualità e linee guida provinciali
- Formare il personale degli uffici di informazione

Output previsti:

- Uffici di informazione turistica moderni e funzionali alle nuove esigenze dei turisti e degli operatori
- Standard di qualità degli uffici info definiti con adeguata formazione del personale
- Creazione di un sistema di rete di Uffici di Informazione Turistica

3. Osservatorio Turistico

Cosa si andrà a fare:

- Implementare un Osservatorio Turistico Provinciale innovativo e integrato per ottimizzare la gestione delle informazioni e la promozione turistica della provincia.
- Mappatura di tutte le possibili fonti dati e individuazione degli strumenti necessari per la raccolta dei dati (dai numeri di ingressi negli attrattori culturali, agli ingressi dei visitatori negli IAT, al conteggio dei passaggi in bicicletta sulle ciclovie, all'analisi della concentrazione del turismo presso hotspot, etc.)
- Supporto alla definizione di una dashboard con dati visibili a tutti, incluse informazioni su arrivi, presenze, permanenza media, provenienza dei turisti, sentiment e reputation, dati di intelligence sull'ospitalità e analisi dell'impatto degli eventi.
- Creazione di report trimestrali
- Individuazione di partner e fornitori che contribuiranno a creare e ad alimentare l'Osservatorio

Output previsti:

- Dashboard turistica provinciale operativa e accessibile.
- Raccolta e analisi di dati turistici a supporto delle decisioni strategiche.
- Miglioramento continuo della gestione turistica basato sui dati raccolti.

4. Coaching al CdA e alla Direzione**Cosa si andrà a fare:**

- Fornire coaching e formazione continua ai membri del CdA e alla direzione di Visit Brescia per migliorare le competenze di leadership e gestione organizzativa.
- Supportare la definizione di strategie a lungo termine e l'implementazione di piani operativi efficaci.
- Analizzare e ottimizzare la struttura organizzativa di Visit Brescia per garantire un funzionamento efficiente e reattivo.
- Sviluppare processi interni chiari e standardizzati per migliorare la gestione operativa e amministrativa.
- Implementare soluzioni tecnologiche avanzate per supportare le attività quotidiane e migliorare la produttività.

Output previsti:

- Miglioramento delle competenze di leadership e gestione.
- Definizione e implementazione di strategie a lungo termine.
- Struttura organizzativa ottimizzata e processi interni standardizzati.
- Aumento dell'efficienza operativa e amministrativa.
- Implementazione di tecnologie avanzate per supportare le attività.

III. CRONOPROGRAMMA

L'intero progetto avrà una durata complessiva di 3 anni. Si prevede l'inizio delle attività a 2 settimane dalla stipula dell'incarico, escluse festività e/o chiusure aziendali.

IV. TEAM DI LAVORO

Il team sarà composto da un mix di professionisti specializzati in: governance, destination marketing e destination management, sviluppo di prodotti turistici sostenibili e gestione di processi partecipativi.

ADRIANA MIOTTO

CEO e Co-founder di Just Good Tourism, si occupa di progetti di destination management volti a far crescere le destinazioni in modo sostenibile. Temporary destination manager e co-creatrice del network nazionale delle destinazioni balneari più visitate in Italia. Docente a contratto presso l'Università di Padova, è Consigliere di Amministrazione per il quinquennio 2022-2027, su nomina della Regione Veneto presso il Ciset- Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica.

PAOLO GRIGOLLI

Direttore generale Azienda per il Turismo della Val di Fassa dal 2021 al 2024, già Direttore della Scuola di management turistico della Trentino School of Management di Trento, docente a contratto presso Master e Laurea Magistrale dell'Università IULM di Milano e consulente di diverse destinazioni in Italia e all'estero.

ANDREA GELSOMINO

Project Manager Area Destination Management per Trentino School of Management di Trento, ricercatore per Università Iulm di Milano, responsabile progetti di sviluppo turismo outdoor.

STEFANO NEGRELLI

Co-Founder di Just Good Tourism e Loft Consulting. Dal 2001 affianca imprese e startup nel definire e realizzazione piani industriali per lo sviluppo dei progetti imprenditoriali. Ha collaborato per 9 anni con l'Università di Padova nel supporto per l'avvio di spin-off e start-up. Docente presso l'Università di Padova e diversi enti di formazione certificati.

PAOLA BAGATELLA

Project Manager in Just Good Tourism. Architetto specializzato in design dell'offerta turistica, ha esperienza di project management in ambito di pubbliche amministrazioni. Si occupa di sviluppo turistico e destination management, elaborando ricerche, realizzando mappature delle risorse territoriali, identificando benchmark e stendendo report e presentazioni.

GAIA SORGATO

Tourism expert in Just Good Tourism. Specialista del design dell'offerta turistica, sviluppo turistico e destination management. Gestisce focus group, workshop.

GIORGIA TEOLATO

Project Manager in Just Good Tourism. Dopo un percorso di storica dell'arte si perfeziona nel marketing dell'offerta turistica. Si occupa di analisi e realizzazione di piani di marketing. Gestisce la parte comunicativa dei progetti realizzati.

V. PROPOSTA ECONOMICA

La nostra migliore proposta relativa alle attività descritte ai precedenti punti è riportata di seguito:

Linee di intervento		Descrizione	Importo
Linea di intervento 1	Incontri con i sotto-ambiti	120 giornate sul campo (comprese spese trasferta)	139.800 euro
Linea di intervento 2	Prodotto Turistico	a progetto all'anno (per ciascuna area di lavoro/tematica, es. enoturismo, wellness, bike, trekking etc.)	20.000 Euro
	Informazione e Accoglienza	a progetto – durata max 1 anno	15.000 Euro
	Osservatorio Turistico	a progetto – durata max 1 anno	15.000 Euro
	Coaching al CdA e alla Direzione	13 giornate all'anno, mix di presenza / online (comprese spese trasferta)	10.000 Euro

Padova, 14 Giugno 2024



IL SEGRETARIO GENERALE
(dr Massimo Ziletti)

IL PRESIDENTE
(ing Roberto Saccone)