

DMO transformation: dal marketing alla gestione dello sviluppo sostenibile

Sintesi dei risultati preliminari

Le organizzazioni responsabili della gestione del turismo (DMO) stanno attraversando un percorso di trasformazione da organismi di marketing a organismi di management, da attrattori di flussi a promotori di sviluppo sostenibile che impone l'individuazione di nuovi modelli di governance, nuovi ruoli e attività, e nuovi strumenti per la misurazione dei risultati.

La ricerca, realizzata dall'Università IULM in collaborazione con DataAppeal e Destination, attraverso un'indagine sulle DMO regionali e sub-regionali italiane, illustra il livello di maturità delle DMO italiane nello sviluppo della sostenibilità, sulla base di standard internazionali (GDS-Index). I risultati preliminari, basati su un campione di 96 DMO localizzate in 17 Regioni italiane, saranno discussi il 27 novembre al [BTO](#) con UN Tourism e alcune DMO che stanno affrontando questa trasformazione.

Il **DMO sustainability score (DSS)** sintetizza il grado di implementazione delle strategie di sostenibilità da parte delle DMO misurato con riferimento a 6 dimensioni: strategia, governance, certificazioni, azioni, formazione e monitoraggio.

L'analisi della distribuzione dello score mostra pochi casi di destinazioni avanzate nell'adozione di strategie di sostenibilità e numerosi territori ancora in una fase iniziale del loro percorso.

Le DMO rispondenti ottengono in media solo il 27% del punteggio massimo ottenibile che corrisponde alla piena realizzazione di tutte le dimensioni analizzate. Anche le migliori DMO presentano valori molto contenuti. Le dimensioni più implementate sono relative alla formazione nei confronti dei dipendenti e degli operatori (39% del punteggio massimo ottenibile nella dimensione), alla governance della sostenibilità (36%) e alle azioni concrete per promuovere comportamenti sostenibili (35%). Meno diffusa è la capacità di formulare strategie per la sostenibilità (28%) e ancor meno frequente il monitoraggio delle performance di sostenibilità (14%) e le certificazioni (13%).

Le 4 destinazioni con lo score più elevato (Azienda per il Turismo di Trento, Associazione Turistica Renon, Cooperativa Turistica San Vigilio, Associazione Turistica Selva Val Gardena) presentano alcune caratteristiche comuni:

- una DMO regionale (IDM, Trentino Marketing) che investe sul tema della sostenibilità;
- piccole dimensioni (10-15 dipendenti);
- presenza di una strategia di sostenibilità, realizzata in collaborazione con gli stakeholder locali;
- presenza di una o più certificazioni di sostenibilità;
- investimenti in formazione, sia per i dipendenti che per gli operatori della destinazione.

In 3 casi su 4 esiste anche un sistema di monitoraggio della sostenibilità.

Queste evidenze sono alcuni risultati preliminari di uno studio ancora in corso. La survey è tuttora disponibile alla compilazione a questo [link](#).

Dopo la conclusione della survey, saranno organizzati focus group di approfondimento su specifiche dimensioni (strategia, governance e monitoraggio dei risultati) e momenti di discussione dei risultati con le DMO interessate.