

L'Ago Press tra i media partner del G20s

Tre giorni di incontri, 800 presenze registrate, 260 partecipanti tra sindaci, assessori regionali, tecnici, studiosi, operatori del settore e decision makers, 20 località aderenti, 150 proposte avanzate e 16 tavoli tematici raggruppati per 6 macroargomenti: Gestione ambientale; Finanziamenti e risorse; Gestione delle spiagge; Prodotti e scenari futuri; Servizi; Management delle destinazioni balneari.

Sono i numeri della prima edizione del "G20 delle Spiagge italiane (G20s)", che si è tenuto dal 5 al 7 settembre a Bibione e che ha visto tra i media partner l'Ago Press, presente con i propri servizi e prodotti di ufficio stampa, foto e video per il Comune di Sorrento, tra i venti enti locali promotori dell'iniziativa.

L'evoluzione del mercato globale del turismo ha infatti determinato un cambiamento radicale nella costruzione del prodotto turistico non solo in relazione alla promozione ma soprattutto alla commercializzazione del prodotto. In uno scenario di questo tipo diventa cruciale il coordinamento di tutti gli attori territoriali, in primo luogo dei Comuni. È pertanto necessario individuare meccanismi che favoriscano il rapporto cooperativo tra i diversi attori della destinazione rispetto a quello competitivo, puntando a una configurazione della destinazione in termini di "network" e quindi di "coopetition". I prodotti turistici della destinazione, è emerso dai lavori, diventano così frutto dell'integrazione dell'offerta e della cooperazione gestionale tra i diversi attori attraverso il coordinamento delle decisioni e il rispetto di standard di qualità e di servizio condivisi. Ecco perché la creazione di organizzazioni per la gestione delle destinazioni rappresenta una priorità e anche uno dei compiti più impegnativi per quei territori a vocazione turistica che vogliono risultare competitivi sul mercato.