

## **Il Destination Manager in Italia**

### ***Definizione - Funzioni - Competenze***

#### ***Introduzione***

Il presente documento intende fornire una definizione dettagliata e strutturata della figura professionale del **Destination Manager (DM)**, delineandone le competenze chiave, le funzioni principali e il ruolo strategico nel contesto del turismo contemporaneo e con specifico riferimento all'Italia. La figura del DM, introdotta ufficialmente nel sistema italiano attraverso la legge "Made in Italy" del 2024, rappresenta un punto cardine per la gestione sostenibile e competitiva delle destinazioni turistiche del nostro Paese. Pertanto, l'obiettivo di questo documento è quello di supportare la standardizzazione e il riconoscimento della professione del DM a livello nazionale. A tal fine, il presente documento fornisce una definizione di DM, ne identifica le capacità necessarie per affrontare le sfide attuali e future del turismo, evidenziando il contributo che il DM ha per la valorizzazione del patrimonio culturale, naturale e sociale delle destinazioni, con effetti positivi a cascata sull'economia dei territori e del Paese nel suo complesso. Inoltre, il testo mira a fornire un riferimento operativo per la predisposizione di bandi pubblici, normative, percorsi formativi e iniziative di certificazione professionale, contribuendo alla crescita qualitativa del settore turistico e al rafforzamento della competitività territoriale.

#### ***Definizione, funzioni e competenze di un Destination Manager***

Il **Destination Manager (DM)** è un manager responsabile della destinazione turistica che esplica la sua attività attraverso la pianificazione, organizzazione, direzione e controllo di tutte le attività legate alla gestione strategica della destinazione turistica stessa. Questa figura opera come facilitatore e coordinatore dei diversi stakeholders all'interno della destinazione turistica, con l'obiettivo di garantirne lo sviluppo sostenibile, valorizzarne le risorse locali e promuoverne la competitività.

Pertanto, un DM è chiamato a svolgere le seguenti **funzioni** principali:

#### **1. Pianificazione**

- Elaborazione di piani di sviluppo turistico integrati, partecipati e condivisi

- Identificazione dei prodotti turistico-territoriali (i.e., attrattori) della destinazione e dei segmenti di mercato target
- Definizione di strategie personalizzate per la promozione e distribuzione dei prodotti turistico-territoriali della destinazione

## 2. **Organizzazione**

- Allocazione delle risorse disponibili per ottimizzare le attività turistiche
- Creazione di reti di collaborazione tra enti pubblici, operatori privati e comunità locali

## 3. **Direzione**

- Guida e motivazione dei collaboratori per il raggiungimento degli obiettivi strategici
- Supervisione delle attività promozionali e operative legate alla destinazione

## 4. **Controllo**

- Monitoraggio delle performance della destinazione attraverso KPI (Key Performance Indicators) specifici
- Valutazione dei risultati delle strategie implementate e adattamento alle nuove esigenze di mercato

Per l'esercizio efficace ed efficiente delle funzioni di cui sopra, un DM deve possedere le seguenti **competenze chiave**:

### 1. **Gestionali**

- Leadership e gestione di team multidisciplinari
- Gestione delle risorse (umane, finanziarie, culturali, tecnologiche) e team building
- Coordinamento delle relazioni tra stakeholder pubblici e privati
- Problem-solving e decision-making
- Brand management
- Gestione di strumenti tecnologici e innovazioni per ottimizzare il monitoraggio delle KPI
- Project management and financing

### 2. **Tecniche e settoriali**

- Pianificazione strategica della destinazione
- Analisi del mercato turistico e delle attrattive locali

- Definizione e implementazione di strategie di marketing e promozione turistica, nonché strategie di commercializzazione dei prodotti turistici-territoriali
- Gestione della sostenibilità e del turismo responsabile

### **3. Relazionali e comunicative**

- Negoziazione e costruzione di consenso attorno a una visione condivisa
- Capacità di coinvolgere attivamente le comunità locali e gli altri stakeholder
- Integrazione e coordinamento tra gli attori del territorio
- Comunicazione efficace verso e con i turisti e gli operatori del settore

### **4. Digitali e innovative**

- Utilizzo di soluzioni digitali di analisi, pianificazione, gestione e promozione della destinazione e della sua offerta
- Configurazione, gestione e utilizzo di piattaforme e dashboard integrate per la promozione e la commercializzazione delle esperienze turistiche.

### **5. Giuridiche e amministrative**

- Normative locali, nazionali e internazionali legate al turismo
- Contratti e accordi

## **Conclusioni**

Il DM è una figura professionale di fondamentale importanza per lo sviluppo e la gestione strategica delle destinazioni turistiche, con specifico riferimento al nostro Paese. Il suo ruolo è quello di incrementare la competitività e l'attrattività delle destinazioni, promuovendo uno sviluppo turistico sostenibile attraverso la creazione di sinergie tra stakeholder pubblici e privati che sappia armonizzare interessi economici, ambientali e sociali, creando valore aggiunto per turisti, comunità locali e stakeholder, creando e rafforzando nel tempo il successo complessivo della destinazione.

Tuttavia, per realizzare questi obiettivi, il DM deve affrontare sfide complesse e diversificate. Tra queste, si annoverano il bilanciamento tra gli interessi locali e le esigenze dei turisti, la gestione delle fluttuazioni della domanda turistica, nonché l'adattamento alle rapide evoluzioni tecnologiche.

Pertanto, è fondamentale garantire una formazione adeguata e continuativa a queste figure professionali affinché possano rispondere alle trasformazioni del settore con competenze aggiornate e innovative. Un DM adeguatamente formato sarà in grado di affrontare con successo le complesse dinamiche del settore turistico, contribuendo al tempo

stesso alla valorizzazione delle risorse locali e alla costruzione di un turismo equilibrato e responsabile.

In conclusione, il DM in possesso della giusta formazione e delle giuste competenze può trasformare una destinazione in un ecosistema turistico attrattivo, sostenibile e competitivo, contribuendo in modo determinante allo sviluppo economico, sociale e culturale del territorio. Questo rende la figura del DM un pilastro fondamentale per il futuro del turismo, specialmente in Italia, dove il patrimonio culturale e naturale offre straordinarie opportunità di crescita.