



SKÅL CLUB VENEZIA

FONDATA IL 10 APRILE 1951

Skal International Italia e i **Borghi più belli** d'Italia hanno concordato la stipula di un protocollo d'intesa. L'obiettivo è l'avvio di una partnership in cui Skal International Italia si pone come struttura di consulenza dell'associazione Borghi sia per gli aspetti giuridico-legali, tramite il proprio partner Eurojuris, sia per comuni azioni di marketing da effettuare sui mercati nazionale ed esteri attraverso i propri club. L'accordo è giunto al termine del workshop **"Accogliente ed emozionante: l'Italia dei territori e dei percorsi turistici da scoprire e valorizzare"**

che si è svolto ieri, mercoledì 17 dicembre, all'Università Bocconi di Milano, e rappresenta il primo frutto concreto del monito con cui

Magda Antonioli,

direttore di Met Università Bocconi, ha concluso i lavori:

"Uniamo le forze rispettando gli ambiti di competenza per rilanciare il turismo italiano".

*"Fare rete e impresa è la chiave per andare sui mercati esteri - ha sottolineato **Giorgio Palmucci***

presidente Aica -

i primi segnali di cambiamento vengono richiesti alle strutture ricettive. Che siano piccole o grandi realtà devono essere in grado di creare valore aggiunto legandosi all'unicità del territorio in cui sono inserite"

. Sulla stessa lunghezza d'onda

Domenico Pellegrino

, direttore generale di Valtur che ha illustrato le strategie della compagnia.

Paolo Rossi, presidente Federalberghi Lombardia, ha invece puntato sulla formazione. *"È fondamentale tornare ad essere l'Italia che vince puntando sulla professionalità. Formare i futuri manager del turismo ripensando le logiche del comparto è la strada che dobbiamo intraprendere"*

In tal senso si inserisce la problematica sulla diffusione dei contenuti evidenziata da **Tommaso Vincenzetti**

, marketing and business development director Amadeus Italia. "Il 65% dei contenuti è distribuito off line mentre il 35% online. Quest'ultimo dato rappresenta il 40% del totale e-commerce in Italia che corrisponde a circa 11 miliardi e 300 milioni di euro. Ma il problema vero è che la percentuale è composta per lo più da biglietteria dove il contenuto personalizzato non esiste. L'hotellerie corrisponde al 10% e i pacchetti così detti evoluti solo al 4%".

*"I centri minori, ed i borghi che ne costituiscono i centri di eccellenza - ha detto **Fiorello Primi**, presidente I Borghi più Belli d'Italia - hanno una naturale e spiccata cultura dell'accoglienza che risulta sempre particolarmente gradita all'ospite alla ricerca di sensazioni ed emozioni"*