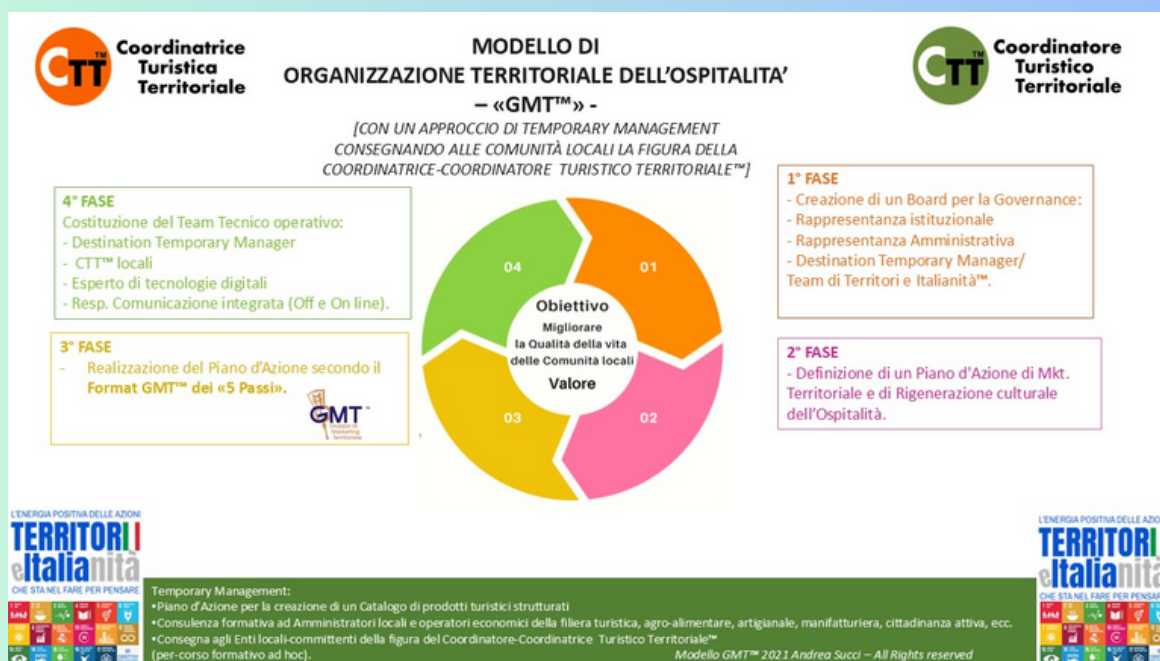


APPENDICE

IL MODELLO GMT™ HALAESA-NEBRODI ED IL RUOLO DEL CTT™

Il modello organizzativo



I Cinque passi



Il modello GMT™ e la figura del CTT™ sono presentati in un volume in uscita a febbraio 2025, edizioni Movability Books, in distribuzione su Amazon:

[Prenota qui una copia](#)



Ruolo e compiti del CTT™ Coordinatore Turistico Territoriale

Una figura innovativa nel panorama delle professioni turistiche

La figura di Coordinatore/Coordinatrice Turistico Territoriale – CTT™ – rappresenta una preziosa “cerniera” fra gli amministratori e la comunità locale ed è un valore aggiunto per i tour operator e le agenzie viaggi nel rapporto con i clienti, una volta arrivati a destinazione. È la nuova frontiera dei professionisti della “cultura dell’ospitalità”, che non coincide con il turismo, ma ne è il presupposto. Non si diventa automaticamente CTT™ al termine di un “corso di formazione”, ma è necessario aver dimostrato capacità d’azione e, soprattutto, valori agiti con i propri comportamenti.

«È l’energia positiva delle azioni che sta nel fare per pensare», il principio-guida di Territori e Italianità (un ecosistema di professionisti che mettono a disposizione le proprie competenze per potenziare, in modo collaborativo, le opportunità di lavoro nei luoghi di appartenenza) si sposa benissimo con l’approccio che deve caratterizzare un CTT™.

Al termine della formazione sul campo, il CTT™ si ritroverà il lavoro ben avviato e sarà in grado di consolidare e far crescere in qualità il “suo” GMT™ (acronimo di Gruppo di Marketing Territoriale).

Compito e obiettivo del GMT™ è di creare le condizioni e i presupposti affinché Amministratori locali, Operatori economici e la Comunità intera possano rendersi poi autonomi nello sviluppo territoriale, grazie alla figura locale del Coordinatore-Coordinatrice Turistico Territoriale™, che sarà formata sul campo attraverso la metodologia dell’affiancamento attivo/passivo (tipico del temporary management), apprendendo i compiti che concretizzano la realizzazione un Piano d’Azione di Marketing Territoriale e di Rigenerazione culturale dell’Ospitalità.

I compiti dei CTT™ sono articolati e significativi:

- lo scouting di operatori del territorio (strutture ricettive – artigiani – produttori – fornitori di servizi) interessati a divenire parte della filiera turistica locale
- la creazione di piani d'azione di marketing dell'ospitalità che prevedano come output la creazione di un catalogo di prodotti turistici strutturati
- la ricerca e sviluppo di canali commerciali, diretti e indiretti, per la vendita di prodotti turistici strutturati
- Alimentare relazioni collaborative con le Amministrazioni locali ed Enti territoriali (es. Gal, Associazioni di categoria, stakeholder).
- la raccolta e gestione dei fabbisogni formativi del territorio, sia degli operatori turistici coinvolti, sia degli amministratori locali
- la gestione on site dei clienti durante la loro permanenza

Nel dettaglio elenchiamo le attività che il CTT™ apprenderà sul campo e svolgerà poi autonomamente:

- a. creare i prodotti turistici;
- b. fornire consulenza e formazione sia a privati, sia a personale amministrativo, nonché ad amministratori locali;
- c. alimentare i canali distributivi (in forma diretta e indiretta) coinvolgendo una rete di agenzie viaggio, a partire da quelle regionali;
- d. essere punto di riferimento per gli ospiti, rispondendo alle loro esigenze/richieste (ma anche proponendone di ulteriori);
- e. creare un archivio fotografico, utile per curare l'immagine online del brand territoriale (selezionando fotografi e video maker possibilmente locali);

creare un archivio fotografico, utile per curare l'immagine online del brand territoriale (selezionando fotografi e video maker possibilmente locali);

f. creare e alimentare un database dei turisti che soggiornano, utilizzabile per operazioni di marketing diretto a supporto degli operatori;

g. organizzare e gestire gli educational con agenzie viaggi, tour operator, stampa estera e nazionale;

h. organizzare eventi B2B, B2C e B2B2C, sia locali, sia in altri territori regionali, in collaborazione con il GMT™ nazionale e, quindi, anche i CTT™ operativi nelle altre regioni italiane e all'estero (Argentina);

i. rappresentare gli operatori a una mirata serie di fiere ed eventi espositivi;

j. sviluppare e raccordare gli infopoint diffusi sul territorio, alcuni dei quali potranno essere veri e propri punti vendita di prodotti e servizi (a vantaggio di produttori, artigiani, guide turistiche, ambientali, cicloturistiche ecc.);

k. coordinare attività di comunicazione (social media, stampa, materiale cartaceo);

l. attivare uno "Sportello PrimaRisposta" come servizio per operatori e amministratori locali (magari in collaborazione con i Gal territoriali).

Risulta comprensibile quanto lo sviluppo articolato di queste attività evidenzia la sostenibilità economica del modello, contemplando ricavi che derivano dalle attività commerciali, dal contributo da parte di operatori privati, da bandi pubblici ecc.

Il CTT™, in buona sostanza, coniuga un approccio privatistico con un "interesse pubblico" a sostegno di un bene comune .

Il Modello GMT™ applicato al Piano d'Azione di Halaesa-Nebrodi

Rafforziamo i “Campanili”

Il Piano d'Azione integrato presuppone una visione in cui i campanili non si annullano in un tutt'uno ma si abbelliscono e valorizzano ognuno a casa propria. Perché lavorare e sviluppare insieme destinazioni inedite e innovative comporta, in primis, l'arricchimento distintivo di ogni contesto locale. E questo risultato lo si ottiene grazie al confronto e al dialogo costante con i “vicini di casa” che hanno scelto di salire sullo stesso convoglio. Dialogo che richiede un ruolo di coordinamento ricoperto dal GMT™ Halaesa Nebrodi.

La strada da percorrere è la medesima, come pure la destinazione da raggiungere. Un unico viaggio e analoghe aspettative di un territorio che si mette a fattor comune per essere prima attraente e poi attrattivo. Con ogni campanile che svetta, orgoglioso della propria identità.

Focus del Modello GMT™, è il Format dei “5 Passi”, un brevetto esclusivo risultato di continue rielaborazioni derivate dalla pratica sul campo negli ultimi quindici anni, sui quali si basa la realizzazione di un Piano d'Azione di Marketing inter-comunale e di Rigenerazione culturale dell'Ospitalità che si articola su una serie di interventi, fra i quali:



1) la mappatura socio-economico e relazionale di ogni Comune aderente al Piano d'Azione attraverso una prima fase di ascolto attivo, osservazione e rilevazione di quanto già messo in atto, analizzandone effetto e risultati. Si contempla un primo incontro con gli Amministratori e successivamente con gli stakeholders (se la realtà locale lo richiede).

N.B. Agli Amministratori saranno fornite precise indicazioni per definire le tipologie di attività da coinvolgere, la lista dei contatti da attivare con il loro supporto e predisposta la comunicazione da inviare a firma del Sindaco/Assessore di riferimento.

Pertanto l'incontro con gli Amministratori avrà anche un carattere formativo-consulenziale.

2) L'organizzazione di un Per-corso itinerante di workshop ad approccio partecipativo con le comunità locali, coniugando la formazione consulenziale ai partecipanti con la contestuale mappatura socio-economico degli operatori, via via coinvolti poi nella creazione dei programmi turistici che comporranno il "Catalogo dell'offerta turistica integrata".

3) La creazione di un catalogo di prodotti turistici espressione di una matrice identitaria e del genius loci (esperienze laboratoriali di antica tradizione e saperi, escursioni, degustazioni, ecc.).

4) Lo scouting sul campo, visitando e incontrando gli operatori economici della filiera ricettiva, le aziende agricole, i fornitori di servizi turistici, gli artigiani, ecc., costruendo il database degli operatori co-protagonisti dell'offerta turistica. Questo favorirà anche maggiori rapporti collaborativi, sostenuto e sollecitato dal GMT.

5) L'inserimento nel sito già ben avviato del GMT Halaesa Nebrodi delle proposte, prodotti e servizi delle aziende coinvolte.

6) L'attivazione di una redazione centralizzata per la produzione di contenuti inerenti le Persone, i prodotti, gli eventi, i beni immateriali a forte matrice identitaria.

- 7) La creazione di un calendario omogeneo dei principali eventi culturali, intesi come elementi attrattivi da gestire in forma organizzata come veri e propri prodotti turistici, incrementando la permanenza degli ospiti-visitatori nell'area dei Nebrodi.
- 8) L'individuazione dei canali distributivi diretti e indiretti per la commercializzazione dei prodotti inseriti nel catalogo e sulla piattaforma di e-commerce - individuando le Agenzie di Viaggio e Tour Operator coerenti con le caratteristiche identitarie del contesto territoriale di riferimento.
- 9) L'organizzazione di educational con Tour Operator, stampa di settore, bloggers.
- 10) Il catalogo dei prodotti sarà promosso anche dalla Rete dei Coordinatori Turistici Territoriali™ operanti nelle diverse Regioni Italiane.
- 11) L'attivazione di rapporti internazionali in collaborazione con la corrispondente Magalì Pizarro, Coordinatrice Turistica Territoriale™ con sede in Patagonia (Argentina).
- 12) La contestuale formazione di ulteriori figure professionali di "Coordinatori Turistici Territoriali" - CTT™- di cui il CTT™ Riccardo Zingone sarà, a sua volta, il Coordinatore regionale, applicando un approccio di tipo "training-on-the-job", con collaudate metodologie di affiancamento "attivo-passivo" sul campo.
- 13) L'attivazione e supporto formativo di una rete di info-point diffusi, coinvolgendo commercianti, operatori economici, produttori, artigiani, strutture ricettive, considerati come i più funzionali "Punti informativi" sul territorio. Ciò sarà gestito da una redazione centralizzata per la raccolta e il caricamento delle informazioni da mettere a fattore comune.



I Workshop sulla Cultura dell'Ospitalità nelle Aree Interne

PRESENTAZIONE DEL PROGETTO

Il programma "Grand Tour - La Cultura dell'Ospitalità nelle Aree interne" è partito nel marzo 2023 esprimendo la mission di Territori e Italianità vicina alle realtà locali di cui si fa sostenitore e portavoce.

Aumenta la necessità di raggiungere in modo sempre e più capillare i territori delle aree interne, che rappresentano l'Italia "Maggiore" alla luce dei nostri valori.

Per questo, grazie al nostro ecosistema di partner locali, ci rendiamo facilitatori e scendiamo in campo, organizzando un'agenda di eventi in realtà che hanno scelto di investire in competenze per una crescita sempre più consapevole.

Il Grand Tour rappresenta una formidabile opportunità per ascoltare (non solo con le orecchie..) gli Amministratori, conoscere i progetti che realizzano e le tensioni che vivono per riuscirci (perché vogliono per davvero perseguire il Bene Comune!). Giovani che si impegnano per rendere vivo il proprio paese e scoprire, magari, che vi sono imprenditori stranieri che hanno deciso di investire, ristrutturando un vecchio cinema per creare un museo di "oggetti da collezione", incontrare imprenditori dell'Ospitalità che abbinano maestria alla semplicità del loro essere.

È l'Italia che piace a Territori e Italianità: è l'energia positiva delle azioni, che sta nel fare per pensare.

OBIETTIVI CONCRETI

- Fare Cultura, attraverso l'ispirazione, la conoscenza e i contenuti di valore.
- Alimentare il Networking, facilitando le connessioni di rete territoriale fra operatori.
- Dar voce alle testimonianze, affinché siano d'ispirazione e di stimolo.
- Portare alla luce i bisogni degli amministratori locali, degli operatori, della cittadinanza attiva, dando spazio al dialogo aperto e al confronto tra i ruoli, alla ricerca di concreti punti d'incontro.
- Fornire strumenti formativi professionalizzanti per poter concretizzare l'entusiasmo, i talenti e le risorse, in prodotti di valore competitivi sul mercato.

Accettiamo l'invito di chi desidera mettersi in gioco nelle varie Regioni italiane.

Qui il calendario degli appuntamenti già effettuati:

giovedì 23 marzo | MARCHE

giovedì 4 maggio | PUGLIA

martedì 23 maggio | PIEMONTE

venerdì 23 giugno | CALABRIA

martedì 30 luglio | CAMPANIA

sabato 25 novembre | SARDEGNA

venerdì 26 gennaio 2024 | SICILIA

martedì 8 ottobre 2024 | EMILIA-ROMAGNA

mercoledì 4 dicembre 2024 | VENETO

Sul sito di Territori e Italianità sono disponibili le “Note di Riflessione”, realizzate a sintesi di ogni incontro: [Scarica qui le Note di Riflessione](#)

Il progetto è patrocinato da ANCI nazionale e SIMTUR, Media-Partner Maggioli Cultura.



Alcuni abstract dalla rassegna-stampa:

Tappa in Calabria – Area montana della Sila – Località Lorica (CS).

<https://www.lanuovacalabria.it/destinazione-turismo-da-itms-la-svolta-per-il-distretto-della-sila>

Tappa in Campania – Area interna dei Picentini – Castiglione del Genovesi

(SA) <https://www.dentrosalerno.it/2023/07/27/castiglione-del-genovesi-progetto-territori-italianita-incontro-ecomuseo-per-una-visione-comune/>

Tappa in Sardegna – Genoni – Altopiano della Giara:

[intervista sull'emittente sarda Videolina - 25.11.2023](#)

Due parole su Territori e Italianità.

Territori & Italianità: l'energia positiva delle azioni, che sta nel fare per pensare.

Territori e Italianità si presenta nel 2020 organizzando un evento online dedicato ai progetti turistici nati nelle diverse regioni italiane, raccontati in diretta dalla viva voce dei protagonisti.

Intende crescere come community di professionisti e di realtà operanti sul territorio italiano che condividono esperienze, principi, metodi e obiettivi, alla scoperta delle nuove frontiere della Cultura dell'Ospitalità e del Destination management.

Rappresenta un modello di sviluppo economico che si propone come agente operativo allo scopo di facilitare l'emergere delle migliori energie professionali e dei valori disseminati sul nostro territorio, a partire dalle Aree Interne.

Obiettivo: richiamare l'interesse delle diverse professionalità che operano in ambito turistico in tutta Italia per potenziare, in modo collaborativo, le opportunità di lavoro nei luoghi di appartenenza.

Qui il sito di [Territori e Italianità](#).



VENETO - DICEMBRE 2024



SARDEGNA - NOVEMBRE 2023



CAMPANIA - LUGLIO 2024

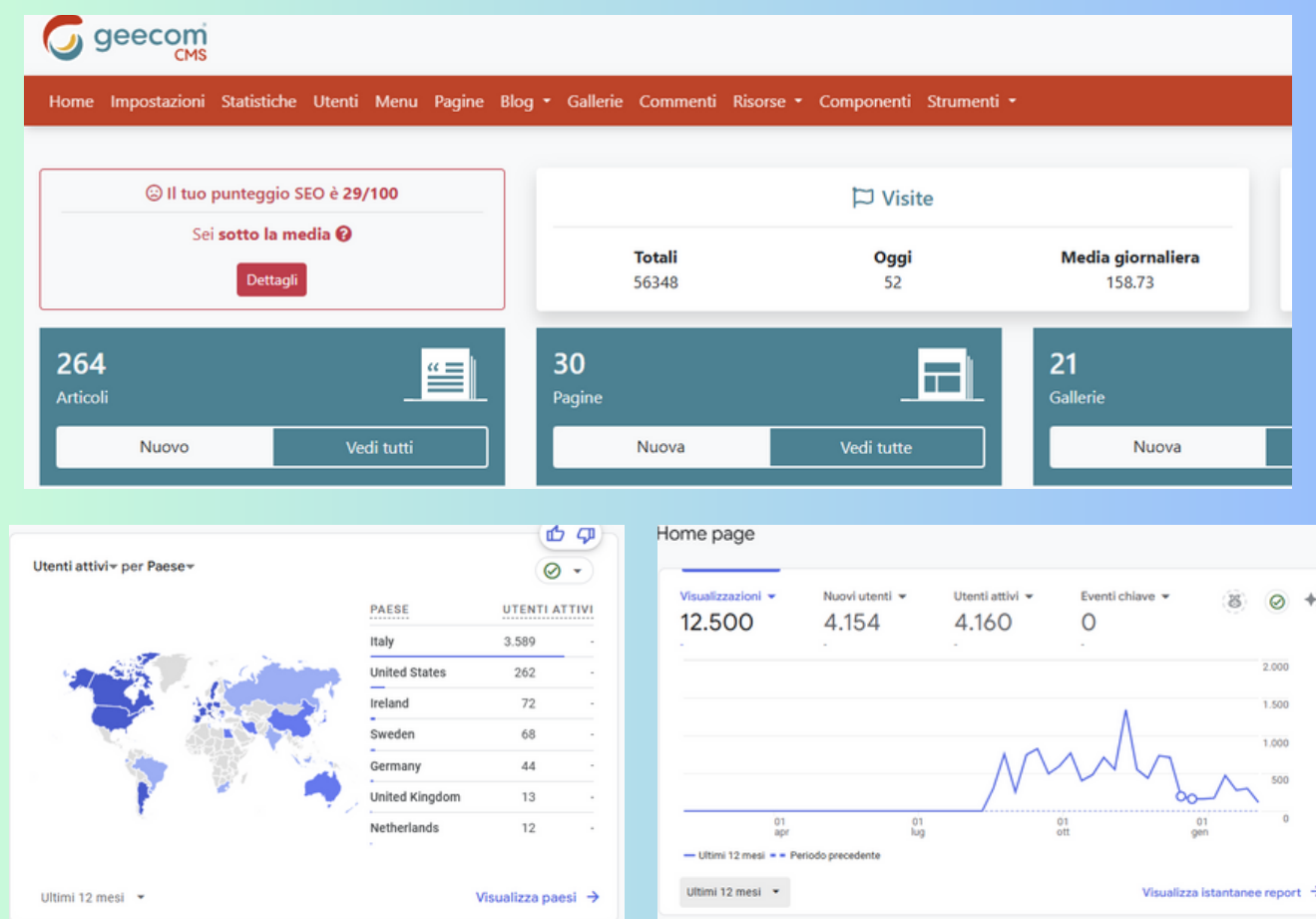


PUGLIA - Maggio 2023

IL SITO WWW.HALAESANEBRODI.IT: DATI DI TRAFFICO

Il sito è stato lanciato il 29 aprile 2024, suscitando da subito un grande interesse di pubblico e di operatori. Nel momento in cui scriviamo (05/02/2025) ha totalizzato 56.348 visite con una media giornaliera di 158.73.

E' importante sottolineare come questi dati di traffico non siano stati influenzati da promozioni o campagne pubblicitarie specifiche ma siano esclusivamente frutto dell'interesse spontaneo dei visitatori.



Nella strutturazione generale del sito, accanto alla promozione degli Operatori, delle strutture ricettive, ristorative e delle offerte esperienziali, è stata posta particolare attenzione nella diffusione degli eventi proposti dai singoli Comuni, nell'obiettivo di voler descrivere un Territorio ricco di vitalità ed energia.

Allo stesso modo è stata creata una sezione dedicata ai singoli Comuni e alle Persone che lo abitano e che, a titolo diverso, sono testimoni della sua bellezza attraverso l'arte, la cultura ed il sapere che diffondono nel mondo.