

**SGA** Studio  
**Giaccardi  
& Associati**  
Consulenti di Direzione e Data Analyst

# TURISMO

*«Boosting imagination»*

**Dossier Turismo 2024**

**CLIENTI, PROGETTI, ATTIVITÀ E OUTPUT  
DOCUMENTATI CASO PER CASO DAL 1999 A TUTTO IL 2023**

Edizione 31 luglio 2024

---

# CHI SIAMO

**Il Dossier Turismo 2024 documenta caso per caso, dal 1999 a tutto il 2023, progetti, attività e output** sviluppati con 127 clienti dei quali 9 enti governativi (7%), 74 tra regioni, camere di commercio, enti locali, università (58%) e 34 imprese e gruppi privati (35%). Sono 177 gli interventi realizzati, classificabili in 87 progetti complessi (mix integrato di analisi, strategie, ricerche, piani, etc.) e 90 consulenze (affiancamento, seminari, key-note, speech, etc.). ENIT Agenzia Nazionale del Turismo è inoltre nostro cliente per progetti di ricerca e innovazione nel turismo culturale internazionale (2018-19), nell'innovazione dei servizi a imprese e destinazioni (2022) e nell'adattamento climatico (2023-24).

**Oggi siamo un team di professionisti freelance** che opera in tre aree di competenza STRATEGIA, RICERCA ECONOMICA E SOCIALE, COACHING e si avvale anche di ottimi partner accademici e professionali. Lo Studio Giaccardi & Associati ha sede legale e operativa a Ravenna e da qui lavora in tutta Italia. Venne fondato da Beppe Giaccardi nel 1999 ad Alghero (SS) semplicemente perché il nord Sardegna è un posto bellissimo.

**In 25 anni e per più settori economici abbiamo prodotto oltre 330 piani ricerca** a supporto di altrettanti progetti di sviluppo per imprese, destinazioni e territori, dei quali molti disponibili su [www.slideshare.net/studiogiaccardi](http://www.slideshare.net/studiogiaccardi). Lavoriamo in più Regioni – nel corso del 2023 Emilia-Romagna, Puglia, Piemonte, Sardegna e Veneto – al servizio di istituzioni pubbliche, imprese, camere di commercio, gestori di infrastrutture e servizi, università e associazioni economiche.



## COSA FACCIAMO

**Il mix delle competenze “messe a valore” è solido, atipico e in evoluzione:** analisi strategica, ricerca di scenario, ricerca economica e sociale, data intelligence, analisi e metrica delle sfide, innovazione strategica, analisi delle performance degli ecosistemi digitali, progettazione dello sviluppo locale, economico e aziendale, governance delle destinazioni, management *value-based*, *upgrade* e metriche dei modelli organizzativi e territoriali, formazione tecnica e affiancamento per *innovation angels*, coltivazione di progetti *young challenge* e di scenari economici *under 35-based*, *education* professionale per laureandi e neo laureati (sono 40 gli «alumni» del nostro Studio provenienti da più università italiane) con molta cura e approfondimento di tutto ciò che definiamo ***sviluppo climate sensitive***.

**Da qui in poi ci siamo posti una nuova missione: «aumentare l’immaginazione delle persone e delle vostre organizzazioni».**

**«Boosting imagination» per affrontare e risolvere insieme sfide inedite e sempre più delicate e complesse.**

# TEAM



**Marco Antonioli**  
Sociologo, capo analista,  
data educator, specializzato  
in small & big data



**Alessia Gentilini**  
Economista d'impresa,  
analista di ricerca,  
project management



**Giuseppe Giaccardi**  
Consulente di strategia e  
organizzazione, senior research  
advisor, founder e CEO



**Maddalena Penna**  
Economista del turismo,  
analista di ricerca, digital  
advisor e comunicazione

## CONTATTI

+39 320 7941884 | +39 335 7368151 | +39 335 7368152  
info@giaccardiassociati.it

EU - Italy - 48121 RAVENNA via Beatrice Alighieri 5  
[www.giaccardiassociati.it](http://www.giaccardiassociati.it)

# COMPETENZE

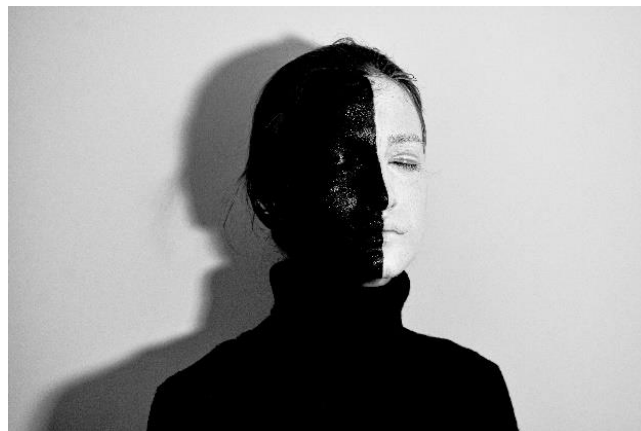


## STRATEGIA

**Immaginare, ideare e strutturare visioni e nuove opportunità di sviluppo sostenibile e climate sensitive**

Serve immaginazione, ossigeno mentale e respiro di prospettiva?

E allora possono essere utili scenari inediti, modelli di business innovativi per imprese, sistemi e territori, simulazioni di profittabilità e di sostenibilità, nuovi prodotti e servizi, brand e approcci "freschi" al cliente insieme con motivazioni per il management e nuovi commitment per le persone coinvolte. Tutto sempre in modalità *data driven*.



## RICERCA

**Generare dati e metriche, realizzare data intelligence, comporre scenari e dashboard utili a sviluppare business sostenibile**

Siete preoccupati e un po' intimoriti?

Allora potreste essere dentro a percorsi complessi, incertezze, rischi e "sentire" il bisogno di conoscere per essere rassicurati.

Da oltre vent'anni trasformiamo quelle difficoltà in percorsi cognitivi, report informativi e rapporti di ricerca che aiutano il business aumentando certezza e coraggio, tramite approfondimenti condivisi e indicatori di valutazione verificabili, rilasciati su dataset integrati e "cruscotti di controllo" (dashboard) sempre accessibili.



## COACHING

**Fornire supporti e strumenti analitici per misurare e superare criticità, roadblock e punti di debolezza**

Occorre un parere qualificato oppure una risposta competente e magari urgente? Succede spesso, anche più di quello che si immagina.

Per «fare upgrade» e costruire nuovi mindset mettiamo a disposizione modelli, esperienza, dati e strumenti analitici per misurare e superare criticità e punti di debolezza di imprese, territori e organizzazioni.

INDEX/i	Pag	INDEX/ii	Pag
Interventi 2023	6	Interventi 2015	28
Interventi 2022	9	Interventi 2014-13	30
Interventi 2021	12	Interventi 2013-12	32
Interventi 2020	15	Interventi 2011-10	33
Interventi 2019	18	Interventi 2009	35
Interventi 2018	20	Interventi 2008-04	37
Interventi 2017	23	Interventi 2003-1999	38
Interventi 2016	26	Sintesi dati	39

## ***INDICE DEL DOSSIER TURISMO 2024***

## Curriculum interventi 2023

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2023	365 Giorni in Puglia Srl	BTM Comitato Scientifico 2023	Progetto e programma topic Green & Blue Destination	Indirizzo strategico Programma conferenze e panel Selezione e orientamento relatori
2023	GAL Ogliastro	Progetto Destinazione Ogliastro	<p>Programma di intervento</p> <p>Audit stakeholder pubblici</p> <p>Audit stakeholder privati</p> <p>Analisi statistica e dei trend</p> <p>Analisi domanda online</p> <p>Survey degli operatori economici</p> <p>Primo Forum del Turismo della Destinazione Ogliastro</p> <p>Progetto Club di prodotto</p> <p>Progetto Catalogo prodotti servizi</p> <p>Progetto DMO</p> <p>Piano della Destinazione Ogliastro</p> <p>Progetto e statuto soggetto giuridico</p> <p>Analisi e prefigurazione gettito IdS</p> <p>Piano finanziario triennale Destinazione Ogliastro DMO</p>	<p>Report audit</p> <p>Piano delle ricerche</p> <p>Realizzazione degli strumenti di ricerca</p> <p>Rapporti di ricerca</p> <p>Programma e relatori Forum evento speciale</p> <p>Supporto di comunicazione Forum evento speciale</p> <p>Report contenuti Forum</p> <p>Set di dati, metriche e indicazioni per valori e policy</p> <p>Statuto e atto costitutivo Club di prodotto</p> <p>Statuto e atto costitutivo DMO FdP</p> <p>Piano della destinazione</p> <p>Piano finanziario della destinazione</p>
2023	Regione Veneto Direzione Turismo/Veneto Innovazione Spa	Progetto Smart Tourism Destination Co-creating	<p>Proposta e motivazione idea strategica Smart Tourism Destination Co-creating</p> <p>Audit di un gruppo qualificato e ristretto di oltre 400 stakeholder pubblici e privati del sistema turistico veneto</p> <p>Analisi delle performance online dell'ecosistema turistico digitale del Veneto (2^ edizione)</p> <p>Survey di un campione statistico rappresentativo degli oltre 400 stakeholder pubblici e privati</p> <p>Indagine compilativa e di benchmarking su modelli e buone pratiche europee di smart tourism destination</p> <p>Seminario di progetto con restituzione dei risultati di ricerca e confronto tematico di progetto con gli operatori</p>	<p>Report audit</p> <p>Piano delle ricerche</p> <p>Realizzazione degli strumenti di ricerca</p> <p>Rapporti di ricerca</p> <p>Set di dati, metriche e indicazioni per valori e policy</p> <p>Programma operativo Seminario di progetto</p> <p>Supporto di comunicazione per Seminario di progetto</p> <p>Report contenuti Seminario</p> <p>Set di dati, metriche e indicazioni per valori e policy</p>

## Curriculum interventi 2023

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2023	Comune di Chiavari (GE) e Le Musae Novae Associazione Culturale Chiavari (GE)	Economic Forum Giannini 2023	Analisi dati trend turistici a livello locale, nazionale e internazionale Analisi dati Copernicus Climate Change Service Speech "Turismo emergenza climatica"	File relazione 2023 "Da OGD a STD - Performance dell'Ecosistema Digitale Turistico del Veneto e data intelligence"
2023	ATL Terre Alto Piemonte Scrl e Distretto Turistico dei Laghi Scrl	Servizio Data Analysis progetto DESY - Digital Destination Evolution System	Audit responsabili delle due organizzazioni turistiche stakeholder Survey degli stakeholder pubblici e privati utenti attuali e potenziali del progetto DESY Progetto e realizzazione di n. 3 workshop per utenti del progetto DESY su "Esigenze e sfide degli operatori del turismo", " Data intelligence e domanda di viaggio" e " Servizi DESY, best practice in data intelligence per destinazioni e imprese turistiche"	Report audit Piano della ricerca Progetto e realizzazione strumenti di indagine Rapporto di ricerca Set di dati, metriche e indicazioni per valori e policy Programma operativo dei tre workshop Supporto di comunicazione per i tre workshop
2023	Regione Veneto Direzione Turismo/Veneto Innovazione Spa	Veneto Digital Tourism	Set di dati, metriche e indicazioni per l'impatto climate change nel turismo e per governance delle nuove smart tourism destination del Veneto	File relazione 2023 "Turismo emergenza climatica"
2023	365 Giorni in Puglia Srl	BTM Interazioni Taranto	Analisi dati trend turistici a livello locale, nazionale e internazionale Ideazione e programma panel "Cambio della domanda, estremi climatici, nuovi servizi. Quale strategia per la destinazione Taranto" e confronto con stakeholder pubblici e privati pugliesi e tarantini	Report dati Speech di orientamento del panel "Breve narrazione per numeri e immagini"



## Curriculum interventi 2023

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2023	365 Giorni in Puglia Srl	Progetto piano turistico della destinazione Lecce	<p>Audit dei responsabili amministrativi e tecnici</p> <p>Analisi statistica dei trend e della domanda online</p> <p>Programma del percorso partecipativo</p> <p>Progetto e realizzazione dei focus group di ascolto con i cluster: Sindaci e Amministratori pubblici, Operatori culturali pubblici e privati, Operatori turistici dell'accoglienza e delle esperienze, giovani laureati e under 35</p> <p>Programma attività di progetto 2024 per definizione e consegna del piano turistico della destinazione</p>	<p>Report audit</p> <p>Rapporto di ricerca</p> <p>Set di dati, metriche e indicazioni per valori e policy</p> <p>Report alfanumerico dei contenuti e delle proposte emerse dai focus group di ascolto</p> <p>Programma attività 2024</p>
2023	ENIT Spa/Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura ETS	Progetto di ricerca Turismo Climate-sensitive	<p>Proposta e motivazione idea strategica Turismo Climate-sensitive</p> <p>Proposta e costituzione del Comitato Scientifico del progetto di ricerca 2023-24</p> <p>Proposta evento di presentazione del progetto di ricerca in TTG 2023</p> <p>Piano della prima ricerca e realizzazione di "Climate change: evoluzione di imprese e destinazioni turistiche - indagine compilativa"</p>	<p>Programma e budget delle attività 2023-24</p> <p>Comitato Scientifico del progetto di ricerca</p> <p>Coordinamento del Comitato Scientifico</p> <p>Rapporto della ricerca "Climate change: evoluzione di imprese e destinazioni turistiche - indagine compilativa"</p>
2023	Studio Giaccardi & Associati - Consulenti di Direzione e Data Analyst	Progetto di ricerca For Flying People – Aeroporti e Turismo	<p>Analisi statistica e dei trend aviation e turistica</p> <p>Indagine compilativa a livello normativo internazionale, nazionale e regionale, su attività aviation e non aviation, policy industriali e manageriali, risultati aziendali ed economico sociali di sei casi di aeroporti di interesse nazionale con evidenza delle relazioni territoriali e delle scelte di sostenibilità</p> <p>Focus e benchmarking di 6 casi di approfondimento</p> <p>Osservazioni e indicazioni finali</p>	<p>Un inedito rapporto di ricerca freemium sulla capacità di spinta degli arrivi aeroportuali per gli arrivi turistici</p>

## Curriculum interventi 2022

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2022	Studio Giaccardi & Associati - Consulenti di Direzione e Data Analyst	MyNetwork Italia 2022	Piano della ricerca Sviluppo dell'indagine Elaborazione dati e redazione del rapporto	Rapporto dell'Indagine nazionale sui 22 siti pubblici di promozione turistica
2022	Unione Montana dei Monti Azzurri	Progetto di sviluppo turistico e locale Monti Azzurri Glocal	Analisi statistica Inventario delle risorse turistiche e territoriali Analisi delle performance online dell'ecosistema digitale della destinazione Analisi della domanda online verso la destinazione Audit di Sindaci e Assessori della Comunità Montana Restituzione dati e rapporti di ricerca	Rapporto Analisi statistica Rapporto Inventario delle risorse turistiche e territoriali Rapporto Analisi ecosistema digitale dell'offerta turistica Rapporto Analisi della domanda su internet verso l'offerta turistica
2022	Comune di Badesi (SS)	Analisi strategica e progetto di sviluppo turistico e locale Badesi 2030	Analisi statistica Inventario delle risorse turistiche e territoriali Analisi delle performance online dell'ecosistema digitale della destinazione Analisi della domanda online verso la destinazione Elaborazione scenari per l'implemento dell'imposta di soggiorno Audit degli stakeholder del territorio Restituzione dati e rapporti di ricerca	Rapporto Analisi statistica completa Rapporto Inventario risorse turistiche e territoriali Rapporto Badesi Online Rapporto della domanda turistica su internet verso Badesi e i comuni competitor Elaborato scenari con stime incassi della nuova imposta di soggiorno Testi e istruzioni di comunicazione Piano strategico per l'implementazione della nuova imposta di soggiorno Affiancamento amministrazione
2022	BTO 2022 Hospitality	Panel "Il tempo contro-verso"	Approfondimento del significato di "tempo" (time and weather) Creazione del panel con interlocutori scientifici	Speech "Adoperiamo bene il tempo del turismo" con pubblicazione dei dati Copernicus dell'impatto dell'emergenza climatica sul turismo

## Curriculum interventi 2022

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2022	Direzione Turismo Regione Veneto/Fondazione Comunica	Speech per evento online Veneto Digital Tourism	Ricerca compilativa Estrazione ed elaborazione dati Redazione slide per speech	Speech e slide «Smart must be greenest!»
2022	ENIT Agenzia Nazionale del Turismo	TTG Rimini evento di presentazione di ENIT*BUSINESS	Elaborazione slide per speech	Speech "Progetto ENIT*BUSINESS Presentazione dei risultati della prima fase" Individuazione del valore dei fondi disponibili fino al 2024 dalle 420 fonti mappate da ENIT*BUSINESS pari a € 8.100.000.000
2022	ENIT Agenzia Nazionale del Turismo	Progetto ENIT*BUSINESS, servizio di scouting delle opportunità nel turismo	Ideazione del piano operativo Ricerca fonti dei bandi turistici Intervista-driver a stakeholder Creazione e aggiornamento database di bandi turistici attivi a livello europeo, nazionale, regionale e locale Analisi proxy pubbliche e private di riferimento Estrapolazione dati per tre rapporti di presentazione Progettazione architettura informativa per il sw della piattaforma Progettazione comunicazione e conferenza stampa	Elenco 420 fonti bandi ufficiali Dataset di bandi turistici attivi Report sulle proxy di riferimento Tre release di rapporti di presentazione su bandi attivi per il turismo enogastronomico e il turismo culturale Bozza architettura informativa Progetto di comunicazione e conferenza stampa per promozione servizio Documento di sistema del prodotto-servizio ENIT*BUSINESS Online
2022	365 Giorni in Puglia srl	BTM Interazioni	Indagine sull'impatto climatico nella destinazione Puglia	Slide di presentazione per lo Speech "Suggerzioni" con dati interviste BTM Lab, dati sull'emergenza climatica e "Taranto Manifesto" Ideazione del modello "Green Destination"
2022	Consorzio dell'area marina protetta di Torre Guaceto (Federparchi)	Partecipazione al convegno di formazione "Accoglienza turistica" con contributo di analisi strategica sul turismo nature-based	Ricerca compilativa Elaborazione dei dati Redazione slide per intervento	Slide per lo speech

© Studio Giaccardi &amp; Associati – Consulenti di Direzione e Data Analysit

## Curriculum interventi 2022

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2022	Fondazione Comunica Padova per Assessorato al Turismo Regione Veneto	Speech per evento online Veneto Digital Tourism	Ricerca compilativa Estrazione ed elaborazione dati Redazione slide per speech	Speech e slide «Smart must be greenest!»
2022	365 Giorni in Puglia srl	Comitato Scientifico BTM 2022	Ideazione BTM Lab Progetto survey BTM Lab Partecipazione workshop BTM Lab Programma relatori topic Green & Blue Destination Presentazione e gestione relatori	Gestione relatori e conduzione panel topic Green & Blue Destination
2022	Le Musae Novae Associazione Culturale Chiavari (GE)	Speech per Economic Forum Giannini 2022	Ideazione del metodo 4D (Domanda, Destinazione, Dashboard, Digitale) Analisi di desk sui modelli di innovazione nel turismo Redazione slide per speech	Dataset sui modelli di innovazione sui trend turistici Slide per lo speech «2022, what tourism?»
2022	Teamwork Hospitality Srl	Tourism Summit - Tourism Talent Day	Ideazione del concept "Capitale umano del turismo" Ricerca compilativa dei dati sul capitale umano nel turismo Definizione del panel dei relatori su due macro-argomenti: l'alta formazione per il capitale umano nel turismo e nuove competenze per il capitale umano nel turismo Gestione del panel e dei relatori	Report dati sul capitale umano del turismo Programma dei relatori Panel 1. "l'alta formazione per il nuovo turismo" Panel 2. "le professioni per il nuovo turismo"
2022	Bari Sviluppo Agenzia Speciale Camera di Commercio Bari	Progetto "Terre di Bari Guest Card"	Definizione del concept Bari Welcome DMO Interviste sul personale dell'Azienda speciale della Camera di Commercio Aggiornamento dati destinazione Bari Area Metropolitana 2022 Benchmark su proxy significative Realizzazione di interviste a stakeholder esperienze turistiche Ipotesi modello organizzativo Bari Welcome DMO	Reporting interviste Report con benchmark su proxy significative Report aggiornamento dati statistici Report indagine di mercato Report finale

## Curriculum interventi 2021

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2021	Studio Giaccardi & Associati - Consulenti di Direzione e Data Analyst	MyNetwork Italia 2021	Piano della ricerca Sviluppo dell'indagine Elaborazione dati e redazione del rapporto	Rapporto dell'indagine nazionale sui 22 siti pubblici di promozione turistica
2021	Fondazione Comunica Padova per Assessorato al Turismo Regione Veneto	Speech per evento online Veneto Digital Tourism	Sintesi del Rapporto di Analisi e misurazione delle performance dell'ecosistema digitale turistico della destinazione Veneto nel periodo 2019-2021	Speech e slide per evento online
2021	Fondazione Comunica Padova per Assessorato al Turismo Regione Veneto	MyNetwork© Analisi e misurazione delle performance dell'ecosistema digitale turistico della destinazione Veneto	Audit dei responsabili dell'Assessorato al Turismo della Regione Veneto Progetto tecnico di intervento Inventario delle URL del sistema di offerta turistica della destinazione Veneto Sviluppo dell'indagine Elaborazione dati e redazione dei rapporti di ricerca Seminario finale di restituzione	Report dell'audit dell'Assessorato al Turismo della Regione Veneto Piano della ricerca per analisi e misurazione online delle performance online dell'ecosistema digitale Mappa dei 12 cluster dell'offerta turistica del Veneto, dei quali 7 di «esperienza» verticale e 5 di «prodotto-servizio» trasversale, combinati con Organismi di Gestione delle Destinazioni e Club di prodotto Rapporto di Analisi e misurazione delle performance dell'ecosistema digitale turistico della destinazione Veneto nel periodo 2019-2021, inclusi analisi SWOT dell'ecosistema digitale, priorità strategiche, indicazioni di miglioramento e coordinamento Slide seminario finale
2021	Associazione culturale Bande Sonore Chiavari (GE)	Speech per Economic Forum Giannini, 1^ edizione	Ricerca compilativa Estrazione ed elaborazione dati Redazione slide per speech	Speech e slide «Il turismo del 'mondo nuovo': cosa avrebbe fatto Peter?»

## Curriculum interventi 2021

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2021	SO.GE.TER Srl Lucca	MyNetwork® Analisi e misurazione delle performance dell'ecosistema digitale dell'Ambito turistico Riviera Apuana	Audit dei responsabili Federalberghi Massa Carrara Inventario delle URL del sistema di offerta turistica dell'Ambito Seminario introduttivo per gli operatori turistici dell'Ambito Rilevazione dati sulle URL dei cluster di offerta tramite SW specialistici, misurazione e benchmarking delle performance Elaborazione dati e redazione del rapporto di ricerca Seminario finale di restituzione per gli operatori turistici dell'Ambito	Report audit responsabili Federalberghi Massa Carrara Progetto dei cluster di offerta e della mappa d'intervento Slide seminario introduttivo per operatori Rapporto di ricerca con misurazione delle performance, analisi SWOT, proposte di miglioramento e di coordinamento Slide seminario finale di restituzione per operatori turistici dell'ambito
2021	Unioncamere dell'Emilia-Romagna	Progetto e realizzazione del sistema di analisi e misurazione online della domanda turistica e della reputazione dell'offerta regionale	Audit dei responsabili Unioncamere Emilia-Romagna Progetto a tre livelli integrati di indagine per analisi e misurazione online Inventario delle URL del sistema di offerta turistica dell'Emilia-Romagna Sviluppo di tre indagini integrate Elaborazione dati e redazione dei rapporti di ricerca Seminario finale di restituzione	Report dell'audit dei responsabili Unioncamere Emilia-Romagna Piano della ricerca Mappa dei 9 cluster dell'offerta turistica combinata su 3 destinazioni regionali Rapporto dell'Indagine sulle ricerche online della domanda verso l'offerta turistica, periodo 2019-2021 Rapporto dell'Indagine sulle performance dell'ecosistema digitale dell'offerta turistica, periodo 2019-2021 Rapporto dell'Indagine su sentiment e reputazione online dell'offerta turistica, periodo 2019-2021 Sintesi dei risultati con analisi SWOT, priorità strategiche, indicazioni di miglioramento e coordinamento

## Curriculum interventi 2021

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2021	BTO 2021 Hospitality	Speech Capitale umano e alta formazione turistica	Estrazione dati dai risultati dell' dell'indagine nazionale Turismo & Talenti Education 2021 Preparazione slide	Slide per talk con Barbara Casillo Direttrice generale Confindustria Alberghi
2021	Studio Giaccardi & Associati – Ricerca & Sviluppo	Indagine di campo nazionale Turismo & Talenti Education sull'offerta di alta formazione per il turismo in Italia	Piano della ricerca Creazione anagrafica dei soggetti Progetto e testing del questionario di indagine Sviluppo dell'indagine Elaborazione dati e redazione del rapporto	Rapporto dell'Indagine di campo nazionale Turismo & Talenti Education Abstract della ricerca
2021	Comune di Baunei (NU)	Progetto di sviluppo turistico e locale Baunei 2025	Indagine compilativa per sistema di governance della destinazione e scelta del modello di soggetto giuridico compartecipato Elaborazione 1^ e 2^ bozza dello statuto del soggetto giuridico compartecipato Consulenza e assistenza in remoto	Rapporto dell'indagine compilativa per sistema di governance della destinazione e scelta del modello di soggetto giuridico compartecipato Scelta del soggetto Fondazione di Partecipazione Elaborazione della bozza di statuto, 1^ e 2^bozza
2021	Associazione Club di Prodotto Costa di Baunei	Patto di sviluppo del Golfo di Orosei e delle comunità di Baunei, Dorgali, Orosei, Siniscola e Tortoli	Audit di Sindaci e Assessori delle comunità coinvolte Audit degli stakeholder privati delle comunità di Baunei e Dorgali Proposte e motivazioni sociali per il Patto di sviluppo	Report dell'audit di Sindaci e Assessori Report dell'audit degli stakeholder privati Proposta di Patto di sviluppo Memorandum per Patto di sviluppo

## Curriculum interventi 2020

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2020	Comune di Baunei (NU)	Progetto di sviluppo turistico e locale Baunei 2025	<p>Analisi statistica e di scenario</p> <p>Analisi opportunità business eco-turismo</p> <p>Analisi della domanda online verso destinazione Baunei</p> <p>Analisi delle performance online dell'ecosistema digitale della destinazione</p> <p>Indagine di campo sugli stakeholder economici delle filiere locali</p> <p>Restituzione dati e rapporti di ricerca</p>	<p>Rapporto dell'Analisi statistica e di scenario</p> <p>Rapporto dell'Analisi delle opportunità di business e della domanda online</p> <p>Rapporto dell'Analisi delle performance online dell'ecosistema digitale</p> <p>Piano strategico Baunei 2025 e modello di governance</p> <p>Webinar di restituzione dei risultati e delle proposte di sviluppo</p>
2020	Comune di Baunei (NU)	Progetto di sviluppo turistico e locale Baunei 2025	<p>Audit dell'Amministrazione comunale</p> <p>Audit degli stakeholder dell'offerta organizzati nei due club di prodotto Selvaggio Blu e Costa di Baunei</p> <p>Piano di intervento</p>	<p>Report dell'audit dell'Amministrazione comunale</p> <p>Report dell'audit stakeholder dell'offerta organizzati nei due club di prodotto Selvaggio Blu e Costa di Baunei</p> <p>Agenda del Piano di intervento novembre 2020 - gennaio 2021</p>
2020	Camera di Commercio di Bari, in collaborazione con Comune e Città Metropolitana di Bari	Progetto Bari Guest Card 2.0	<p>Ideazione e strutturazione del modello di business della destinazione BAM</p> <p>Analisi della profittabilità del business nelle nuove condizioni «safety covid-19»</p> <p>Elaborazioni e proiezioni economiche e finanziarie 2021-24</p>	<p>Quadro strategico di sintesi</p> <p>Progetto del sistema di governance della destinazione BAM</p> <p>Piano degli investimenti a 5 anni</p> <p>Business plan 2021-24 della destinazione BAM</p>
2020	Camera di Commercio di Bari, in collaborazione con Comune e Città Metropolitana di Bari	Progetto Bari Guest Card 2.0	<p>Indagine compilativa su proxy e competitor della destinazione BAM Bari Area Metropolitana</p> <p>Indagine di campo su Sindaci e Assessori</p> <p>Analisi della domanda online per prodotti e servizi della destinazione</p> <p>Analisi sulle performance dell'ecosistema digitale della destinazione</p> <p>Progetto e conduzione Bari Toursim-Lab</p>	<p>Rapporto dell'Analisi strategica inclusi dati statistici economico-sociali, benchmarking delle proxy e dei competitor</p> <p>Rapporto dell'Indagine sui Comuni della destinazione</p> <p>Rapporto dell'Analisi sulla domanda online</p> <p>Rapporto dell'Analisi sulle performance dell'ecosistema digitale</p> <p>N° tre speech al primo Bari Tourism-Lab</p>

© Studio Giaccardi & Associati – Consulenti di Direzione e Data Analysit



## Curriculum interventi 2020

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2020	Università di Torino, Sede di Cuneo, Corso di Laurea in Economia aziendale	Key note sul rapporto di ricerca dell'indagine nazionale Turismo & Talenti 2020	Estrazione ed elaborazione dati Preparazione slide Speech online	Slide formative
2020	IULM University Milano, Corso di laurea in economia e management dell'impresa turistica e culturale	Seminario Allievi Prof.ssa Martha Friel sui risultati dell'indagine nazionale Turismo & Talenti 2020	Estrazione ed elaborazione dati Preparazione slide Speech online	Slide formative
2020	Consorzio d'impres «Vicenza è»	Webinar «Fare destinazione turistica adesso»	Estrazione ed elaborazione dati Benchmarking sui modelli di rilancio «safety covid-19» Speech online	Slide formative
2020	Comune di Santa Teresa Gallura (SS)	Progetto di affiancamento per realizzazione Piano strategico triennale	Programmazione e gestione Cooperation Room Inventario risorse e prodotti turistici all seasons Progetto catalogo di prodotti e servizi Progetto di prodotto regionale integrato per imprese del diving Progetto e supporto alla gestione della Conferenza online degli Assessori dei Comuni turistici della Sardegna	Iscrizioni degli operatori alla Cooperation Room Programma e report di attività della Cooperation Room Progetto del catalogo turistico all seasons e del brand «Gallura Highlands» Progetto del prodotto e del brand «Gallura Diving System» Quattro Conferenze online degli Assessori dei Comuni turistici della Sardegna con adesione media di circa il 50% Report per Amministrazione comunale

## Curriculum interventi 2020

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2020	Camera di Commercio di Bari, in collaborazione con Comune e Città Metropolitana di Bari	Progetto Bari Guest Card 2.0	Piano di lavoro Analisi statistica Audit Associazioni economiche e turistiche Audit Amministrazione Comunale Audit stakeholder turismo culturale e di esperienza	Cronogramma operazioni in presenza e in remoto Report inquadramento statistico destinazione BAM Bari Area Metropolitana Report audit Associazioni economiche e turistiche Report audit Amministrazione Comunale Report audit stakeholder
2020	Università di Torino, Sede di Cuneo, Corso di Laurea in Economia aziendale - Percorso direzione delle imprese, prof.ssa Milena Viassone	Key note sul rapporto di ricerca dell'indagine nazionale Turismo & Talenti 2020	Estrazione ed elaborazione dati Preparazione slide Speech online	Slide formative
2020	Studio Giaccardi & Associati – Ricerca & Sviluppo	Indagine di campo nazionale Turismo & Talenti su esperienze, esigenze e proposte del capitale umano della filiera turistica, 2 <sup>a</sup> edizione	Piano della ricerca Aggiornamento anagrafica dei soggetti da intervistare nel ricettivo e nei servizi (20% pubblico + 80% privati) in 10 regioni-destinazione pari al 60% delle presenze nazionali Aggiornamento e testing del questionario di indagine Sviluppo dell'indagine Elaborazione dati e redazione del rapporto	Rapporto dell'Indagine di campo nazionale Turismo & Talenti, edizione 2020 Abstract della ricerca
2020	BTM Puglia 2020 Business Tourism Management Lecce	Comitato Scientifico con responsabilità su Hospitality & Destination	Programma relatori Presentazione e gestione relatori durante l'evento BTM Puglia 2020	Gestione relatori e conduzione panel su Hospitality & Destination

## Curriculum interventi 2019

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2019	Comune di Santa Teresa Gallura (SS)	Progetto di affiancamento per realizzazione Piano strategico triennale	Ascolto e coordinamento esigenze dell'Amministrazione comunale Ascolto e coordinamento esigenze degli albergatori e stakeholder locali	Piano di lavoro per innovazione offerta Progetto, costituzione e affiancamento della Cooperation Room, struttura stabile della collaborazione tra pubblico e privati
2019	Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Sassari	Progetto di ricerca e sviluppo locale Salute & Trigu Up	Elaborazione strumenti per la valorizzazione del prodotto turistico «eventi culturali e di tradizione del nord Sardegna»	Guida e manuale per la valorizzazione turistica di «eventi culturali e di tradizione del nord Sardegna» Capitolato tecnico per bando comunicazione
2019	Università di Bologna, CAST, Corso di laurea in economia e management dell'impresa turistica, prof.ssa Manuela Presutti	Key note sul rapporto di ricerca dell'indagine nazionale Turismo & Talenti 2019	Estrazione ed elaborazione dati Preparazione slide Speech online	Slide formative
2019	Comune di Santa Teresa Gallura (SS)	Progetto Well Done per piano strategico partecipato	Sviluppo e realizzazione dei Tavoli di progetto prodotto all seasons Reporting delle indicazioni Linee guida e scrittura del Piano strategico della destinazione Santa Teresa Gallura Presentazione in Consiglio comunale	Report delle indicazioni degli albergatori e degli stakeholder locali Elaborato finale del Piano strategico triennale della destinazione Santa Teresa Gallura Approvazione del Piano in Consiglio comunale, a maggioranza con astensione della minoranza
2019	Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Sassari	Progetto di ricerca e sviluppo locale Salute & Trigu Up	Elaborazione dati interviste stakeholder dell'offerta locale e della domanda internazionale Istruzioni di marketing per valorizzazione dell'offerta del nord Sardegna Redazione rapporto finale della ricerca	Rapporto finale della ricerca Abstract del rapporto della ricerca

## Curriculum interventi 2019

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2019	ENIT Agenzia Nazionale del Turismo	Progetto di ricerca internazionale LRD Centenaries Matching Italic People	Elaborazione dati interviste stakeholder internazionali (Europa, Est Europa, Asia, Nord America, Oceania e Sud Africa) Istruzioni di marketing per la valorizzazione dell'offerta turistica collegata ai tre centenari Redazione rapporto finale della ricerca	Rapporto finale della ricerca Abstract del rapporto della ricerca Seminario di presentazione a TTG Rimini 2019
2019	Studio Giaccardi & Associati – Ricerca & Sviluppo	Indagine di campo nazionale Turismo & Talenti su esperienze, esigenze e proposte del capitale umano della filiera turistica	Analisi statistica e di scenario Piano della ricerca Anagrafica dei soggetti da intervistare nel ricettivo e nei servizi (20% pubblico + 80% privati) in 10 regioni-destinazione pari al 60% delle presenze nazionali Progetto e testing del questionario di indagine Sviluppo dell'indagine Elaborazione dati e redazione del rapporto	Rapporto dell'analisi statistica e di scenario Agenda di lavoro Campionamento Rapporto dell'Indagine di campo nazionale Turismo & Talenti, edizione 2019 Estrazione dati su esperienze, esigenze e proposte degli under 35 Abstract della ricerca
2019	BTM Puglia 2019 Business Tourism Management Lecce	Panel Turismo Culturale	Estrazione ed elaborazione dati Redazione slide per speech inedito	Speech e slide «Turismo culturale. Perché è ancora così difficile trasformare la cultura in prodotto turistico?»
2019	Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Sassari	Progetto di ricerca e sviluppo locale Salute & Trigu Up	Piano della ricerca Analisi statistica Metodologia di lavoro Progetto indagine compilativa Progetto indagine di mercato lato domanda internazionale e lato offerta locale	Rapporto dell'Analisi statistica Rapporto dell'indagine compilativa Selezione stakeholder locali dell'offerta Questionario indagine di mercato
2019	Comune di Santa Teresa Gallura (SS)	Progetto Well Done per piano strategico partecipato	Analisi statistica Metodologia di lavoro Incontri preliminari con albergatori e stakeholder	Rapporto dell'Analisi statistica e di scenario Agenda di lavoro e mail-stone di riferimento Report degli incontri con albergatori e stakeholder Proposta organizzazione Tavoli di progetto prodotto

## Curriculum interventi 2018

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2018	Comune di Arzachena (SS)	Arzachena Costa Smeralda Global Destination	Seminario finale di progetto e conferenza pubblica al Conference Center di Porto Cervo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborati di ricerca</li> <li>2. Elaborati di Piano per l'Amministrazione comunale</li> <li>3. Slide di presentazione alla conferenza</li> </ol>
2018	BTM Puglia 2018 Business Tourism Management Lecce	Panel «Puglia. Prodotti turistici e strategie integrate di marketing territoriale» Seminario tecnico «Destination Maker_4_Innovation»	Relazione tecnica di apertura al panel con metodologia di progettazione e innovazione dei prodotti turistici Ricerca di modelli e dati per diventare destination maker	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Slide di supporto alla relazione tecnica del panel</li> <li>2. Slide di supporto al seminario tecnico</li> </ol>
2018	CNA Emilia-Romagna	Silver Travellers Trends & Trips – progetto di ricerca	Audit dei collaboratori territoriali CNA Pensionati Analisi di scenario internazionale su Silver economy e Silver tourism Indagine di campo su un campione rappresentativo di associati a CNA Pensionati Indagine di campo su un gruppo qualificato di Tour Operator internazionali Conferenza finale di presentazione della ricerca	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rapporto dell'audit</li> <li>2. Rapporto dell'Analisi di scenario</li> <li>3. Rapporto dell'Indagine di campo</li> <li>4. Slide di presentazione dei risultati dell'Analisi di scenario e dell'Indagine di campo</li> </ol>
2018	Provincia di Nuoro in collaborazione con Assessorato al Turismo Regione Sardegna, Comune di Nuoro e Camera di Commercio di Nuoro	Sardinia East Land – Destinazione globale	Audit cabina di regia, creazione Team di ricerca e inventario risorse, programma per la comunicazione del progetto, Analisi statistica e di scenario, Analisi reputazione e sentiment online dei cluster di offerta, Survey dei Sindaci della destinazione, Survey dei responsabili di imprese turistiche, Piano strategico 2019-2021 della destinazione con modello di governance DMO, Conferenza di destinazione Sardinia East Land	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Report degli audit, 2. Programma di lavoro del Team di ricerca e inventario risorse, 3. Profilo tecnico e piano di lavoro della risorsa comunicazione, 4. Rapporto di ricerca Analisi Statistica e di scenario, 5. Rapporto di ricerca Analisi reputazione e sentiment online, 6. Rapporto di ricerca Survey Sindaci, 7. Rapporto di ricerca Survey imprese attrattori e associazioni, 8. Elaborato di Piano, 9. Modello di governance</li> </ol>

## Curriculum interventi 2018

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2018	Dipartimento di Sociologia, Università di Bologna	Lezioni di Tourism Innovation nel Master in Turismo Eno-gastronomico	Modulo 1: Fattori propedeutici dell'innovazione nel turismo, Modulo 2: Valori di business del "gastronomy tourism" Modulo 3: tipologie di imprese Food & Travel, Modulo 4: 10 grandi trasformazioni, Modulo 5: approfondimento su big data nel turismo e casi, Modulo 6: esercitazione finale	1. Slide didattiche per i 6 moduli di lezione in Tourism Innovation
2018	Regione Marche, Servizio di Valorizzazione Turistica	L'Economia del Turismo – Il turismo come motore di crescita e sviluppo	Key note su «Turismo e impresa, le prospettive del Paese nel processo di rilancio e ammodernamento del settore»	1. Slide per key note
2018	ENIT Agenzia Nazionale del Turismo Roma	LRD Centenaries Matchinbg Italic People – Progetto di ricerca internazionale	Audit della struttura centrale di marketing, Modello e piano della ricerca, Analisi di scenario sull'offerta LRD Italia, Indagine di mercato sulla domanda internazionale di turismo culturale sollecitata dai tre centenari di Leonardo (2019), Raffaello (2020) e Dante (2021)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Report dell'audit</li> <li>2. Modello e piano di ricerca B2B e B2C</li> <li>3. Rapporto di ricerca Analisi di scenario sull'offerta LRD Italia</li> <li>4. Prima release del rapporto di ricerca Indagine di mercato sulla domanda internazionale di turismo culturale sollecitata dai tre centenari</li> </ol>
2018	Comune di Santa Teresa Gallura (OT)	Progetto Well Done – Piano strategico partecipato	Audit dell'Amministrazione comunale, audit dei responsabili delle principali imprese turistiche, audit dei capi servizio del Comune, presentazione dei risultato degli audit all'Amministrazione comunale e agli operatori, analisi statistica, proposta vision Santa Teresa Gallura «comunità felice», progetto e programma primo Forum del Turismo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Report degli audit</li> <li>2. Slide di presentazione del progetto Well Done</li> <li>3. Slide analisi statistica</li> <li>4. Slide proposta vision</li> <li>5. Slide progetto e programma Forum del Turismo</li> </ol>

## Curriculum interventi 2018

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2018	Paradise Resort & SPA Sardegna, San Teodoro (OT)	Survey sul capitale umano hotel 5*	Analisi qualitativa del personale, Audit della direzione aziendale, Progetto e testing del questionario, Sviluppo format online, Lancio e realizzazione della survey, Data entry, Data mining, redazione rapporto di ricerca	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Piano della survey e questionario</li> <li>2. Rapporto della ricerca Survey sul capitale umano dell'hotel 5*</li> <li>3. Incontro di restituzione dei risultati della survey</li> </ol>
2018	Provincia di Nuoro in collaborazione con Assessorato al Turismo Regione Sardegna, Comune di Nuoro e Camera di Commercio di Nuoro	Nuoro Travel Week	Primo evento speciale di formazione in Sardegna su innovazione turistica e cultura di destinazione	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Progetto dell'evento</li> <li>2. Ricerca, selezione e briefing relatori</li> <li>3. Programma dell'evento</li> <li>4. Coordinamento operazioni</li> <li>5. Presentazione relatori e panel</li> <li>6. Seminario tecnico su Analisi Statistica e di scenario</li> </ol>
2018	CNA Pensionati Emilia Romagna CNA Emilia Romagna Turismo	Silver Travellers Trends & Trips – progetto di ricerca	Analisi di desk Silver Economy internazionale Analisi di desk Silver Tourism internazionale Indagine di campo pensionati associati Indagine di campo agenzie di outgoing	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rapporto dell'analisi statistica e di scenario Silver Economy e Silver Tourism</li> <li>2. Rapporto dell'indagine di campo Silver Travellers Trends &amp; Trips in Emilia-Romagna</li> </ol>
2018	CNA Modena	Silver Travellers Trends & Trips – progetto di ricerca	Relazione tecnica all'Assemblea provinciale dell'organizzazione	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Slide di presentazione dei risultati dell'Analisi di scenario e dell'Indagine di campo</li> </ol>
2018	Camera di Commercio delle Marche –Azienda Speciale di Pesaro	Convegno «Il volto del paesaggio - Ritratti del Montefeltro»	Relazione tecnica “Sei mai stato in vacanza con tre geni italiani? Numeri e scenari per un nuovo turismo culturale”	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Slide per key note</li> </ol>

## Curriculum interventi 2017

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2017	Comune di Arzachena (OT), Sardegna	Arzachena Costa Smeralda Global Destination - Proposta tecnica di intervento per progetto condiviso di DMO	Progetto, strutturazione e costituzione del nuovo soggetto giuridico attuatore DMO - Focus group di ascolto e coinvolgimento dei principali stakeholder turistici e territoriali - Analisi del sentiment e della reputazione online della destinazione "Arzachena Costa Smeralda" - Seminario finale di restituzione e condivisione dei risultati delle azioni precedenti	1. Supporto di analisi e orientamento strategico per Amministrazione Comunale, 2. Indagine di desk per modello giuridico Fondazione di partecipazione DMO, 3. Elaborazione proposta di statuto Fondazione di partecipazione DMO, 4. definizione eco-sistema digitale della destinazione, 5. Rapporto di ricerca con analisi e misurazione del GRI™ della destinazione e dei principali cluster di offerta turistica e territoriale, 6. realizzazione di quattro focus group di ascolto e confronto con gli operatori pubblici e privati dei principali cluster di offerta, 7. rapporto finale di analisi strategica, 8. seminario pubblico finale DMO ARZACHENA COSTA SMERALDA START UP! - Un'agenda di sviluppo turistico, un contributo per Gallura e Sardegna.
2017	Comune di Ravenna	Progetto di valorizzazione dei 9 lidi ravennati e di 35 km di costa	Progetto di «turismo bottom-up» composto da 18 azioni inclusa l'analisi della reputazione online, finalizzato alla realizzazione del modello destinazione-piattaforma e alla definizione del Piano di Valorizzazione dei 9 lidi ravennati	1. Rapporto di ricerca con analisi e misurazione del GRI™ della destinazione e dei principali cluster di offerta turistica e territoriale, 2. progetto, messa online e gestione della piattaforma partecipativa <a href="http://www.ravenna.ilturismochevorrei.it">www.ravenna.ilturismochevorrei.it</a> , 3. piano editoriale maggio-ottobre 2017 della piattaforma, 4. otto focus territoriali di ascolto e confronto nelle località balneari, 5. rapporto di analisi strategica, 6. quattro forum di progetto partecipato su Innovazione di Prodotto, Rigenerazione urbana, Brand strategy della destinazione-piattaforma, Eco-sistema digitale, 7. Piano di valorizzazione dei 9 lidi ravennati



## Curriculum interventi 2017

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2017	Regione Marche, Servizio di Valorizzazione Turistica e Territoriale	Progetto strategico per Piano Straordinario di Valorizzazione post sisma	Assumption del Piano - Misure dell'impatto socio economico e turistico del sisma - Strategia Marche Tourism Driven - Scenario e potenzialità Italic People Marche - Strumentazione di crescita per la Destinazione-piattaforma e big data - Sistema interlocutori e mercati di sbocco - Azioni immediate di marketing strategico	Elaborati intermedi ed elaborato finale del Piano Straordinario di Valorizzazione post sisma, definito il 24-07-2017 e approvato dal Consiglio Regionale delle Marche il 14-11-2017
2017	Mosaico Hotels Srl Ravenna, Società Gestione Campeggi Srl Ravenna, Grand Hotel Mattei Srl Ravenna, Punta Marina Terme Beach Resort Srl Ravenna, CFS Srl Ravenna, Hotel Azzurra Sas Ravenna	Romagna Welcome DMC Fondazione di partecipazione per lo sviluppo turistico e territoriale	Audit dei founder – Analisi strategica – Affiancamento founder – Progetto imprenditoriale	1. Rapporto dell'audit dei founder con messa a sistema di esperienze, competenze e visione, 2. Rapporto di ricerca con misurazione delle potenzialità di business, 3. Progetto imprenditoriale, 4. Elaborazione proposta di statuto Fondazione di partecipazione DMC, 5. affiancamento interno ed esterno per rapporti con istituzioni e associazioni territoriali
2017	Mosaico Hotels Srl Ravenna	Progetto di prodotto turistico culturale Guidarello Happy Lovers	Elaborazione strategia di prodotto – Affiancamento responsabili impresa -. Progetto naming e posizionamento prodotto	1. Sviluppo marketing idea e piano di intervento, 2. Ideazione naming di prodotto commerciale «Baciarello» collegato alla risorsa turistica e culturale Guidarello Guidarelli, 3. Affiancamento verso istituzioni territoriali e per evento di lancio
2017	Center for Advanced Study on Tourism, Università di Bologna, Campus di Rimini in collaborazione con Fondazione Flaminia di Ravenna	Progetto sperimentale «Tourism Innovation Lab», modulo del Master di Valorizzazione Turistica e Gestione dei Beni Culturali	Quattro incontri con gli allievi del Master dei quali: due lezioni frontali su inventario e valorizzazione delle risorse culturali, con presentazione del caso «Italic People Destinazione Piemonte», più due seminari di inventario e progettazione sulla risorsa VII centenario di Dante Alighieri	Slide didattiche di supporto alle due lezioni e ai due seminari di inventario e progettazione

## Curriculum interventi 2017

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2017	Dipartimento di Sociologia, Università di Bologna	Lezione di «Tourism Innovation» nel Master in Turismo Eno-gastronomico	Analisi di modelli e buone pratiche del turismo eno-gastronomico su basi UNWTO, Unione Europea, Italia e Regione Emilia-Romagna, messa a punto e discussione di un modello operativo di intervento	Slide didattiche di supporto alla lezione
2017	BTM Puglia 2017, Business Tourism Management Lecce	Key note «Italic People nuove opportunità di business per l'offerta Salento e Puglia365»	Analisi SWOT offerta Puglia- Analisi performance socio economica del turismo Puglia - Turismo culturale come innovazione dell'offerta e rete inclusiva territoriale - Opportunità Italic People e metodologia PLiSM	Slide di supporto al key note
2017	IFITT – International Federation for IT and Travel & Tourism, ENTER Roma 2017, Italian Day	Key note «Italic People un nuovo mercato per il turismo italiano»	Risorse e metriche dell'opportunità Italic People per i tre centenari Leonardo Da Vinci (2019), Raffaello Sanzio (2020) e Dante Alighieri (2021), la metodologia PLiSM e il caso «Italic People Destinazione Piemonte»	Slide di supporto al key note
2017	CESCOT Scarl - Rimini	Ciclo di quattro lezioni su cambio della domanda turistica e innovazione dell'offerta turistica e territoriale	Il CAMBIO nella domanda turistica e nei processi di acquisto - Turismo, AGENTI DI CAMBIAMENTO nei comportamenti d'acquisto	Slide didattiche di supporto al ciclo delle quattro lezioni
2017	CNA Modena	Progetto di ricerca «Millennials Travelling Trends - Cosa cercano i viaggiatori europei under 40?»	Presentazione e contestualizzazione dei risultati della ricerca di CNA Emilia Romagna	Slide di supporto alla presentazione
2017	CNA Reggio Emilia	Progetto di ricerca «Millennials Travelling Trends - Cosa cercano i viaggiatori europei under 40?»	Presentazione e contestualizzazione dei risultati della ricerca di CNA Emilia Romagna	Slide di supporto alla presentazione

## Curriculum interventi 2016

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2016	Fondazione Ravenna Festival	Progetto di ricerca «Italic People – Il valore della lingua italiana e delle reti italiche di relazione nel mondo»	Analisi di desk mediante keyword online combinata con analisi di fonti statistiche nazionali e internazionali	1. Mercato potenziale Italic People di oltre 230 milioni di persone distribuite in 28 paesi del mondo, dei quali la metà a corto e medio raggio. 2. Quattro motivazioni di viaggio prevalenti. 3. Sei reti italiche di ingaggio online e offline
2016	Université Paris Ouest, Nanterre, La Defense (F), Master Brand Design	Workshop “The Paris I would like   La Parigi che vorrei”	Presentazione metodologia Turismo Bottom-up e Wiki Destination. Presentazione del caso Liguria. Project work in aula «The Paris I Would Like»	1. Slide e discussione della metodologia. 2. Slide e discussione del caso Liguria. 3. Slide e procedimento di project working applicato alla destinazione Parigi.
2016	Agenzia Piano Strategico di Rimini - Evento speciale «Scene quotidiane di turismo del futuro»	«Cambio di paradigma: trasformare il balneare, investire nel turismo culturale»	Analisi di benchmarking tra destinazioni turistiche internazionali in trasformazione con proposta di innovazione dei modelli di destinazione	1. Keynote tematico
2016	Agenzia Piano Strategico di Rimini - Evento speciale «Scene quotidiane di turismo del futuro»	«Come creare nuovi prodotti e modelli di business nel turismo: contaminazioni e nuove competenze»	Analisi di benchmarking tra innovation cases turistici internazionali con proposta di innovazione dei modelli di business e di prodotto-servizio	1. Keynote tematico
2016	Agenzia di promozione turistica In Liguria – Ente strumentale della Regione Liguria – Genova	Travel Marketing Days «Le strategie di web marketing turistico pe rimpres e territori»	Analisi di benchmarking tra innovation cases turistici internazionali con trasferimento di best practice di web marketing	1. Keynote tematico

## Curriculum interventi 2016

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2016	Agenzia di promozione turistica In Liguria – Ente strumentale della Regione Liguria – Genova	«MyTSR In Liguria» Tourism Social Report Facebook e Twitter personalizzato	Format personalizzato Tourism Social Report Facebook e Twitter della destinazione Liguria a confronto con tre regioni competitor	1. Dataset annuale di 16 indicatori Facebook e 16 indicatori Twitter. 2. Report My TSR on demand rilasciato in formato pdf
2016	CNA Emilia Romagna	Progetto di ricerca «Millennials Travelling Trends - Cosa cercano i viaggiatori europei under 40?»	Due indagini di campo, verso un «campione a valanga» internazionale di under 40 e verso un campione qualitativo di TO internazionali, precedute da un'analisi di desk sul fenomeno Millennials e turismo	1. Quadro quali-quantitativo del fenomeno Millennials e turismo nel mondo, in Europa e in Italia. 2. Analisi e misurazione della domanda e dei comportamenti di viaggio dei Millennials in generale e in rapporto all'offerta Emilia-Romagna. 4. Analisi e misurazione delle nuove opportunità di mercato per l'offerta turistica territoriale all seasons.
2016	Regione Piemonte Direzione Cultura Turismo Sport	Progetto originale di incoming internazionale «Italic People Destinazione Piemonte» prima fase	Analisi delle performance turistiche, di prodotto ed economico-sociali della destinazione Piemonte 2008-2015. Definizione e applicazione della metodologia PLISM® di analisi strategica degli asset di turismo culturale. Interviste frontali di approfondimento con i gestori dei principali attrattori culturali. Categorizzazione e orientamento alle opportunità Italic People e «Realtà aumentata LRD»	1. Descrizione e motivazione del progetto originale di incoming. 2. Analisi e misurazione dell'offerta culturale della destinazione Piemonte a confronto con le 4 motivazioni di viaggio Italic People. 3. Analisi e misurazione del sentiment e della reputazione online della destinazione Piemonte con focus su turismo culturale e definizione del GRI™ di destinazione (certificazione internazionale Cornell University, USA). 4. HIGHLIGHTS INTEGRATI e indicazioni di lavoro per la Regione Piemonte e gli stakeholder dell'offerta turistica e culturale.
2016	Agenzia di promozione della Regione Lombardia Explora Scrl	«MyTSR In Lombardia» Tourism Social Report Facebook e Twitter personalizzato	Format personalizzato Tourism Social Report Facebook e Twitter della destinazione Lombardia a confronto con tre regioni competitor	1. Dataset annuale di 16 indicatori Facebook e 16 indicatori Twitter. 2. Report My TSR on demand rilasciato in formato pdf

## Curriculum interventi 2015

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2015	Agenzia di promozione turistica in Liguria – Ente strumentale della Regione Liguria – Genova	Sviluppo piattaforma BUYLIGURIA per attività B2B della DMO Liguria	Progetto e sviluppo piattaforma web based per gestione relazioni ed eventi B2B internazionali	<b>1.</b> Progetto architettura informativa e analisi dei processi. <b>2.</b> Sviluppo tecnologico del database Buyer e SELLER <b>3.</b> Progetto e sviluppo del sistema AGENDA per gestione workshop e incontri BUYER & SELLER
2015	CIP-AT Grosseto	Seminario di formazione HOSPITALITY COACH su tecniche di web marketing turistico	Seminario formativo agli operatori turistici della TOSCANA	<b>1.</b> Promozione corso e raccolta iscrizioni attraverso sito <a href="http://www.hospitalitycoach.it">www.hospitalitycoach.it</a> <b>2.</b> Realizzazione di quattro moduli di formazione <b>3.</b> Consulenza personalizzata ai partecipanti.
2015	Pugliapromozione Agenzia del Turismo della Regione Puglia	Progetto DUAL CARE (& CORE) per lo sviluppo della destinazione con metodologia Turismo Bottom-up	Valorizzazione dell'analisi strategica su «cliente interno» e «cliente esterno» finalizzata alla definizione condivisa del nuovo Piano Strategico 2020 della destinazione Puglia	<b>1.</b> Indagine di campo PUGLIA TURISMO BOTTOM-UP verso operatori e stakeholder <b>2.</b> Blog partecipativo <a href="http://www.puglia.ilturismochevorrei.it">www.puglia.ilturismochevorrei.it</a> <b>3.</b> Indagine online I-TOUR CLICK PUGLIA su brand reputation, sentiment, popularity ed ecosistema digitale di accoglienza <b>4.</b> Focus group di ascolto e confronto con operatori e stakeholder di sei aree della destinazione per condivisione analisi strategica <b>5.</b> Elaborato finale PROPOSTE DI SVILUPPO PER LA WIKI DESTINATION PUGLIA

## Curriculum interventi 2015

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2015	Pugliapromozione Agenzia del Turismo della Regione Puglia	Conferenze pubbliche IL TURISMO CHE VORREI, area Magna Grecia (Taranto) e area Salento (Lecce)	Presentazione risultati e indicazioni strategiche dal progetto Dual Core (& Care) realizzato con metodologia Turismo Bottom-up	<b>1.</b> Intervento e relazione «Wiki Puglia, la destinazione più amata da turisti e cittadini»
2015	Ravenna Festival	Progetto di turismo culturale e DMO WONDER RAVENNA	Analisi strategica per la valorizzazione della destinazione turistica internazionale	<b>1.</b> Progetto WONDER RAVENNA <b>2.</b> Concept video DAY DREAMING RAVENNA <b>3.</b> Supporto evento WTM 2015 Londra <b>4.</b> Indagine di mercato verso TO internazionali specializzati in turismo culturale <b>5.</b> Supporto di DMO verso operatori seller e di DMC verso operatori buyer per educational tour Wonder Ravenna - Trilogia Pucciniana
2015	BE-WIZARD	Progetto di ricerca HOSPITALITY TALES	Survey sull'utilizzo dello storytelling nella promozione e comunicazione del settore ricettivo.	<b>1.</b> Intervista a 10 influencer esperti de turismo e a 10 strutture ricettive <b>2.</b> Rapporto di ricerca scaricabile dal sito <a href="http://www.giaccardiassociati.it">www.giaccardiassociati.it</a> <b>3.</b> Presentazione dei risultati della ricerca al BEWIZARD evento dedicato al web marketing che si tiene a RIMINI .

## Curriculum interventi 2014-13

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2014	BTO –Buy Toscana Online Firenze (partnership)	Progetto di ricerca TRAVEL YOUNG TRAVEL DIFFERENT	Indagine per l'analisi e la misurazione dei comportamenti travel degli under 30 tramite le loro relazione sociali online	<b>1.</b> Campionamento «a valanga» <b>2.</b> Rapporto di ricerca scaricabile dal sito <a href="http://www.giaccardiassociati.it">www.giaccardiassociati.it</a> <b>3.</b> Presentazione dei risultati della ricerca alla Scientific Hall di BTO 2014
2014	Agenzia di promozione turistica in Liguria – Ente strumentale della Regione Liguria – Genova	Progetto Liguria per EXPO 2015 (Indagine e progetto di marketing)	Indagine di benchmark con ascolto di partner e stakeholder per definire la strategia di commercializzazione	<b>1.</b> Rapporto dell'indagine di benchmark <b>2.</b> Rapporto delle opinioni e proposte di partner e stakeholder <b>3.</b> Progetto di marketing Liguria per EXPO 2015 <b>4.</b> Due seminari di presentazione e condivisione di informazioni e indicazioni
2014	Associazione Albergatori di San Vincenzo – Associazione di imprese – San Vincenzo (LI)	San Vincenzo Destinazione 2.0 (Web marketing e web reputation)	Programma di cambiamento e formazione degli associati per acquisire competenze web 2.0	<b>1.</b> Audit associati <b>2.</b> Moduli di formazione ad invito <b>3.</b> Evento pubblico <b>4.</b> Blog tour
2014-2013	Agenzia di promozione turistica in Liguria – Ente strumentale della Regione Liguria – Genova	Progetto GLAMOUR LIGURIA – Italy Living Destination (Programmazione strategica di prodotto, creazione rete buyer internazionali, commercializzazione)	Progetto strategico di incoming internazionale mediante riconfigurazione dell'offerta di prodotto su Cibo Outdoor Heritage Eccellenze Culturali	<b>1.</b> Audit strategico <b>2.</b> Programmazione generale <b>3.</b> Riorganizzazione dell'offerta di prodotto dal modello «enciclopedia» a quello «catalogo» <b>4.</b> Progetto e sviluppo del catalogo online <a href="http://www.glamourliguria.it">www.glamourliguria.it</a> <b>5.</b> Preparazione e aggregazione di circa 70 sellers dell'offerta Liguria specializzati incoming <b>6.</b> Ricerca, selezione e aggregazione di circa 70 buyer di TO europei specializzati all season <b>7.</b> Educational tour <b>8.</b> Workshop commerciale <b>9.</b> Rete Liguria International Partner

## Curriculum interventi 2014-13

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2014-2013	Agenzia di promozione turistica in Liguria – Ente strumentale della Regione Liguria – Genova	Progetto GLAMOUR LIGURIA – Italy Living Destination (Programmazione strategica di prodotto, creazione rete buyer internazionali, promo-commercializzazione)	Progetto strategico di incoming internazionale mediante riconfigurazione dell'offerta di prodotto su Cibo Outdoor Heritage Eccellenze Culturali	<b>1.</b> Audit strategico <b>2.</b> Programmazione generale <b>3.</b> Riorganizzazione dell'offerta di prodotto dal modello «enciclopedia» a quello «catalogo» <b>4.</b> Progetto e sviluppo del catalogo online <a href="http://www.glamourliguria.it">www.glamourliguria.it</a> <b>5.</b> Preparazione e aggregazione di circa 70 sellers dell'offerta Liguria specializzati incoming <b>6.</b> Ricerca, selezione e aggregazione di circa 70 buyer di TO europei specializzati all season <b>7.</b> Educational tour <b>8.</b> Workshop commerciale <b>9.</b> Rete Liguria International Partner
2014-2013	Camera di Commercio, Confesercenti e Comune di Ravenna – Enti pubblici e associazione d'impres - Ravenna	Ravenna Brand Index (Indagine di web reputation con finalità strategica)	Indagine offline e online della brand reputation della destinazione turistica e ascolto delle opinioni dei clienti finali negli 8 siti UNESCO della città	<b>1.</b> Indagine semantica online con metodologia iTour Click mediante chiavi di ricerca e misurazione di tipi e contenuti delle conversazioni in rete <b>2.</b> Indagine frontale offline con questionario strutturato <b>3.</b> Rapporto di ricerca con istruzioni strategiche di miglioramento <b>4.</b> Convegno finale
2014-2013	Liguria Ricerche Spa per conto di ENIT, Regioni Abruzzo, Liguria, Emilia-Romagna	WST – Web Social Team Italia (Web marketing e web reputation)	Programma sperimentale di ricerca, selezione e orientamento per un gruppo di giovani talenti da finalizzare al social team di ENIT	<b>1.</b> Programma operativo <b>2.</b> Bando di selezione nazionale <b>3.</b> Selezione dei candidati <b>4.</b> Programma didattico degli esperti per affiancamento <b>5.</b> Prima fase in 12 moduli di approfondimento tecnico-professionale <b>6.</b> Seconda fase di project working di prodotto online su città d'arte e borghi storici in Liguria e Italia



## Curriculum interventi 2013-12

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2013	Consorzio turistico Occhioblu – Operatori privati – Levanto (SP)	Levanto Destinazione 2.0 (Web marketing e web reputation)	Programma di cambiamento e formazione degli associati per acquisire competenze web 2.0	<b>1.</b> Audit associati <b>2.</b> Moduli di formazione a invito <b>3.</b> Evento pubblico <b>4.</b> Blog tour
2013-2012	Agenzia di promozione turistica in Liguria – Ente strumentale della Regione Liguria – Genova	Wiki Brand per Wiki Destination - Piano di marketing 2013-2014 (Marketing online e offline e promo-commercializzazione)	Assunzione nuova strategia del Piano Triennale e traduzione in azione di incoming internazionale, web marketing e social media	<b>1.</b> Audit interno <b>2.</b> Fondazione club di prodotto Liguria All Season con operatori privati <b>3.</b> Elaborazione piano di wiki-strategy <b>4.</b> Conferenza stampa nazionale <b>5.</b> Nuovi strumenti online interoperabili dai clienti finali
2012-2011	Liguria Ricerche Spa – Società in house della Regione Liguria - Genova	Liguria Turismo Bottom-up per il nuovo PIANO TURISTICO 2013-2015 (Programmazione turistica triennale)	Sviluppo e realizzazione di una metodologia originale per la realizzazione del nuovo Piano turistico della Regione Liguria, con uso di tecniche evolute di ascolto e collaborazione sul web e con le imprese	<b>1.</b> Audit interno <b>2.</b> Formazione interna <b>3.</b> Blog Liguria.ilturismoche vorrei <b>4.</b> iTour Click <b>5.</b> iTour Stat <b>6.</b> iTour Incoming <b>7.</b> Incontri territoriali con operatori e associazioni <b>8.</b> Road map di processo <b>9.</b> Conferenza regionale turismo <b>10.</b> Elaborato finale del nuovo Piano Turistico Triennale <b>11.</b> Procedura della cabina di regia e del modello di bilancio sociale del turismo
2012-2011	Provincia di Ferrara	FBL – Ferrara Bike Lovers (Marketing territoriale e fabbrica di prodotto)	Indagine di mercato sulla domanda e sull'offerta di cicloturismo sulla riva destra del Po	<b>1.</b> Indagine di campo su offerta locale e utenza finale <b>2.</b> Rapporto di ricerca sull'offerta <b>2.</b> Rapporto di ricerca sulla domanda in due stagioni diverse <b>3.</b> Rapporto dalla «live chat» su Twitter <b>4.</b> Sintesi e istruzioni strategiche

## Curriculum interventi 2011-10

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2011	Turistička Zajednica Istarske Županije – Assessorato al turismo dell'Istria – Porec (Croazia)	Tourist Thinking Company (Marketing alberghiero e web reputation)	Relazione al convegno annuale dell'Assessorato regionale dell'Istria	<b>1.</b> Intervento e slide di supporto
2011	IRTA d.o.o. – Agenzia di promozione turistica dell'Istria – Pola (Croazia)	Webbing Rank Istria (Web marketing e web reputation)	Aggiornamento analisi di base e indicatori di posizionamento del portale web	<b>1.</b> Rapporto di analisi e misurazione posizionamento sul web <b>2.</b> Benchmarking internazionale <b>3.</b> Istruzioni di miglioramento
2011	CNA Gallura – Associazione economica - Olbia	Forum Economia di Gallura (Marketing territoriale)	Progetto operativo evento, mappa degli interlocutori, database relazioni, supporto ai decisori	<b>1.</b> Progetto operativo <b>2.</b> Progetto di comunicazione <b>3.</b> Database anagrafico e relazione <b>4.</b> Due relazioni tecniche di apertura delle due sezioni di lavoro
2010	Regione Sardegna – Assessorato al turismo - Cagliari	Fattore K Sardegna – Fase personalizzata del progetto interregionale (Marketing alberghiero e programmazione strategica)	Piano di ricerca e di benchmarking verso un campione statistico di 60 PMI turistiche, Workshop di confronto con gli stakeholder turistici territoriali, Aggiornamento statistico	<b>1.</b> Rapporto dell'analisi dei bilanci 2000-2009 delle 60 PMI del campione <b>2.</b> Rapporto delle interviste alle stesse 60 PMI <b>3.</b> Rapporto di scenario statistico <b>4.</b> Verifica degli 11 indicatori di performance e di benchmarking <b>5.</b> Workshop finale
2010	Autorità Portuale di Olbia – Ente pubblico economico	Progetto Gallura Nautical System (Marketing territoriale e fabbrica di prodotto)	Sistema di indagine per messa a punto e condivisione di un progetto di riuso di un'area portuale dismessa	<b>1.</b> Rapporto indagine di desk su buone prassi in Italia, Francia, Olanda e Germania <b>2.</b> Rapporto del focus group con 34 imprese leader del distretto cantieristico <b>3.</b> Progetto strategico per il riuso dell'area dismessa <b>4.</b> Piano di start up e di fund raising

## Curriculum interventi 2011-10

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2010	Unioncamere Emilia-Romagna – Associazione delle Camere di Commercio della Regione - Bologna	Progetto Webbing, come aumentare l'incoming turistico utilizzando la forza della rete e la leva del web (Web marketing e web reputation)	Indagine di benchmarking internazionale su 20 portali pubblici europei di promozione turistica e 20 siti turistici aziendali europei	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rapporto su architetture info, e-commerce e contenuti di 20 portali pubblici europei</li> <li>2. Rapporto su interviste ai gestori dei 20 portali pubblici</li> <li>3. Rapporto su architetture info, e-commerce e contenuti di 20 siti aziendali europei</li> <li>4. Rapporto su interviste ai titolari dei 20 siti aziendali europei</li> <li>5. Sintesi e istruzioni strategiche</li> <li>6. Webbing Rank dei portali europei</li> </ol>
2010-2009	Progetto Casa Immobiliare Srl – Impresa privata – Orosei (NU)	Progetto strategico di marketing per l'albergo diffuso «Is Mannois» (Web marketing, strategia di marketing e posizionamento)	Analisi strategica, Piano di marketing, Piano di commercializzazione, Database intermediari, progetto e realizzazione	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborati di analisi</li> <li>2. Piano di marketing</li> <li>3. Piano di comunicazione e accreditamento</li> <li>4. Database anagrafico e relazionale</li> <li>5. Sito web e formazione di gestione</li> </ol>

## Curriculum interventi 2009-08

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2009	Delphina Srl – Gruppo alberghiero leader nel ricettivo 4 e 5 stelle in Sardegna – Palau (OT)	Analisi strategica e piano di fattibilità per Progetto La Maddalena ex Arsenale bando G8/1 (Marketing territoriale e marketing alberghiero)	Analisi di base, analisi del prodotto, analisi del contesto competitivo, valutazione investimenti e impatto economico aziendale	<b>1.</b> Elaborati d'analisi <b>2.</b> Progetto del prodotto <b>3.</b> Valutazione economico-finanziaria
2009	Liguria Ricerche Spa – Società in house della Regione Liguria - Genova	Fattore K Liguria (Management alberghiero e programmazione strategica)	Progetto di ricerca, indagine di desk, benchmarking degli indicatori di bilancio, indagine di campo, istruzioni strategiche per sviluppo politiche all season servizi	<b>1.</b> Ascolto di 100 PMI turistiche della Liguria <b>2.</b> Elaborati di ricerca <b>3.</b> Conferenza di presentazione dei risultati
2009	Università di Pisa – Facoltà di Veterinaria	Progetto Asknown per la progettazione di un master di management sul turismo equestre (Turismo equestre e management alberghiero)	Indagine sul fabbisogno formativo per la definizione del profilo di manager del benessere del cavallo	<b>1.</b> Rapporto di analisi e misurazione del fabbisogno di conoscenze e competenze espresso da un campione qualitativo di 45 imprese della filiera del turismo equestre in Toscana

## Curriculum interventi 2009

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2009-2008	Regioni Emilia-Romagna (capofila), Lombardia, Piemonte e Veneto – Assessorati al turismo	<a href="http://www.visitporiver.it">www.visitporiver.it</a> (Web marketing, strategia di marketing e posizionamento)	Progetto e messa online del portale del prodotto fluviale e di promo-commercializzazione in formato 2.0, ricerca e redazione contenuti	1. Portale online in formato 2.0 2. Evento nazionale 3. Manuale istruzioni e formazione per la gestione indipendente del portale online
2009-2008	Regioni Emilia-Romagna (capofila), Lombardia, Piemonte e Veneto – Assessorati al turismo	KPL – Knowledge Po Leadership, progetto interregionale di valorizzazione dell'offerta fluviale (Indagine di mercato, fabbrica di prodotto, aggregazioni reti buyer e seller)	Progetto di ricerca finalizzato alla fattibilità del prodotto turistico fluviale, analisi dell'offerta, benchmarking dei casi di successo	1. Analisi di desk sulle best practice europee di turismo fluviale 2. Audit di circa 100 soggetti dell'offerta 3. Indagine di mercato verso 180 operatori specializzati in Europa 4. Rapporto di ricerca e piano strategico di prodotto 5. Matrice competitiva

## Curriculum interventi 2008-04

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2008-07	Regione Emilia-Romagna – Assessorato al turismo	Fattore K Emilia-Romagna (Management alberghiero e programmazione strategica)	Progetto di ricerca, indagine di desk, benchmarking degli indicatori di bilancio, indagine di campo, istruzioni strategiche per sviluppo politiche all season e servizi	<b>1.</b> Ascolto di 150 PMI turistiche dell'Emilia-Romagna . <b>2.</b> Analisi delle performance di bilancio e delle performance turistiche <b>3.</b> Rapporto di ricerca con istruzioni strategiche <b>4.</b> Conferenza di presentazione dei risultati
2008-07	Regioni Emilia-Romagna (capofila), Liguria, Sardegna, Toscana – Assessorati al turismo	Fattore K – Gli investimenti immateriali nelle PMI turistiche (Management alberghiero e programmazione strategica)	Benchmarking internazionale e analisi dei bilanci aziendali per misurare le performance di arrivi e presenze e le policy delle regioni partner a confronto con i casi analoghi di Catalogna (E) e PACA (F)	<b>1.</b> Rapporto di ricerca analisi di desk <b>2.</b> Rapporto di ricerca analisi dei bilanci di 487 PMI del campione di benchmarking <b>3.</b> Istruzioni strategiche <b>4.</b> Evento nazionale <b>5.</b> Sito del progetto <a href="http://www.fattorekappa.it">www.fattorekappa.it</a>
2008-04	Centro Vacanze Ala Birdi - Horse Country (struttura turistica 800 posti letto aperta tutto l'anno) Oristano	Horse Country & Horse Sharing	Consulenza di strategia aziendale, organizzazione, marketing e comunicazione	<b>1.</b> Progetto e realizzazione ricerca internazionale su Turismo Equestre <b>2.</b> Ideazione e lancio prodotto Horse country sharing (multiproprietà cavallo+villino) <b>3.</b> Marketing plan e marketing mix del prodotto Horse Country Sharing <b>4.</b> Organizzazione della rete commerciale <b>5.</b> Progetto di certificazione etica del benessere del cavallo in collaborazione con Università di Pisa <b>6.</b> Piano industriale International Horse Country per apertura di altri Centri Horse Sharing in Europa e Nord Africa <b>7.</b> Progetto di comunicazione e branding <b>8.</b> Marketing Plan 2005, 2006, 2007, 2008 . <b>9.</b> Progetto e realizzazione sito web <a href="http://www.horsecountry.it">www.horsecountry.it</a> , progetto e realizzazione catalogo online dell'offerta Horse Country Sharing

## Curriculum interventi 2003-1999

ANNO	CLIENTE	PROGETTO	ATTIVITA'	OUTPUT
2003	Camera di Commercio si Sassari – Ente pubblico economico	Glamour Sardinia (Marketing territoriale e promo-commercializzazione)	Progetto e realizzazione della prima operazione di promo-commercializzazione off season della Sardegna	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Creazione database buyer TO specializzati in turismi all season</li> <li>2. Ascolto dei buyer e rapporto dell'indagine</li> <li>3. Analisi dei prodotti e dei servizi per nuovo catalogo Glamour Nord Sardegna All Season</li> <li>4. Progetto e realizzazione del catalogo in digitale e in cartaceo</li> <li>5. Incontri di informazione e ascolto dei seller Nord Sardegna</li> <li>6. Realizzazione educational tour e workshop commerciale</li> <li>7. 150 nuovi accordi commerciali fra buyer e seller</li> </ol>
2000-2002	Delphina Srl - Gruppo alberghiero leader nel ricettivo 4 e 5 stelle, 5.000 posti letto in Sardegna – Palau (OT)	Budget e controllo di gestione di gruppo (Management alberghiero e controllo di gestione)	Analisi dei processi e dei centri di responsabilità per messa a punto e implementazione condivisa del sistema centrale di budgeting e controllo di gestione	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisi e mappatura processi</li> <li>2. Centri di responsabilità e regole di ingaggio</li> <li>3. Manuale Sistema Qualità di Gruppo</li> <li>4. Impianto di budgeting</li> <li>5. Cruscotto di controllo della gestione e policy d'intervento</li> <li>6. Coaching alta direzione e direzioni di hotel</li> </ol>
1999-2000	Delphina Srl - Gruppo alberghiero leader nel ricettivo 4 e 5 stelle, 5.000 posti letto in Sardegna – Palau (OT)	Delphina Welcome (Marketing alberghiero e promo-commercializzazione)	Strutturazione rete commerciale di buyer nei mercati di lingua tedesca (Germania, Austria, Svizzera)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Catalogo offerta mercati di lingua tedesca</li> <li>2. 24 buyer convenzionati in circa 6 mesi di contatti</li> <li>3. Educational tour presso destinazioni e hotel</li> </ol>



<b>CLIENTI 2023-1999</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
<i>Governo italiano</i>	9	7,1
<i>Regioni/Agenzie pubbliche</i>	28	22,0
<i>Camere di commercio</i>	12	9,4
<i>Enti locali</i>	25	19,7
<i>Università</i>	9	7,1
<i>Imprese</i>	44	34,6
<b>Totale realizzati</b>	<b>127</b>	<b>100,0</b>

<b>Tipologie interventi 2023-1999</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
<i>Progetti complessi <sup>1)</sup></i>	87	49,2
<i>Consulenze<sup>2)</sup></i>	90	50,8
<b>Totale realizzati</b>	<b>177</b>	<b>100,0</b>

1) Mix integrato di analisi, strategie, ricerche, piani, etc.

2) Affiancamento, seminari, keynote, speech, etc.



# Grazie per l'attenzione

Strategia

Ricerca

Servizi

Founded **1999**

**331** Ricerche economiche, sociali e di mercato  
per progetti di sviluppo di imprese e territori

+39 320 7941884 | +39 335 7368151  
+39 335 7368152  
[info@giaccardiassociati.it](mailto:info@giaccardiassociati.it)

Questo elaborato è un prodotto originale dello  
**Studio Giaccardi & Associati Consulenti di Direzione e Data Analyst**  
© All Rights Reserved, Ravenna 15 luglio 2024.