

Studio Giaccardi & Associati – Consulenti di Direzione							
Elenco prestazioni 2006-2013 nel turismo e nel marketing territoriale con dettaglio attività e output							
Anno	Cliente	Tipologia cliente	Sede	Progetto	Attività	Output	Specializzazione
2006-2007	Regioni Emilia-Romagna (capofila), Liguria, Sardegna, Toscana	Assessorati al Turismo	Bologna	Fattore K - Gli investimenti immateriali nelle PMI turistiche	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)	1) Rapporto di ricerca analisi di desk, 2) rapporto di ricerca analisi dei bilanci di 487 PMI del campione di benchmarking, 3) istruzioni strategiche, 4) evento nazionale, 4) sito del progetto www.fattorekappa.it	Cultura d'impresa turistica e programmazione strategica
2007-2008	Regione Emilia-Romagna	Assessorato al Turismo	Bologna	Fattore K - Emilia-Romagna	Progetto di ricerca, con indagine di desk, benchmarking degli indicatori bilancio, indagine di campo, istruzioni strategiche per sviluppo politiche all season e servizi regionali	1) ascolto di 150 PMI turistiche della Liguria, 2) elaborati di ricerca, 3) conferenza di presentazione dei risultati	Cultura d'impresa turistica e programmazione strategica
2008-2009	Regioni Emilia-Romagna, Lombardia, Piemonte, Veneto	Regioni	Bologna	KPL, Knowledge Po Leadership, progetto interregionale di valorizzazione del fiume Po	Progetto di ricerca finalizzato al fattibilità del prodotto turistico fluviale, analisi dell'offerta, benchmarking dei casi successo europeo, ricerca dei partner	1) audit di circa 100 soggetti dell'offerta, 2) elaborati di ricerca, 3) piano strategico di prodotto, 4) matrice competitiva	Turismo e marketing territoriale

Anno	Cliente	Tipologia cliente	Sede	Progetto	Attività	Output	Specializzazione
2009	Università di Pisa	Facoltà di Veterinaria	Pisa	Progetto Asknown per la progettazione di un master di management sul turismo equestre	Indagine sul fabbisogno formativo per la definizione del profilo di manager del benessere del cavallo	1) 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	Turismo equestre e cultura d'impresa
2009	Liguria Ricerche Spa	Società in house della Regione Liguria	Genova	Fattore K Liguria	Progetto di ricerca, con indagine di desk, benchmarking degli indicatori bilancio, indagine di campo, istruzioni strategiche per sviluppo politiche all season e servizi regionali	1) ascolto di 100 PMI turistiche della Liguria, 2) elaborati di ricerca, 3) conferenza di presentazione dei risultati	Turismo e cultura d'impresa
2009	Regioni Emilia-Romagna, Lombardia, Piemonte, Veneto	Regioni	Bologna	KPL, Knowledge Po Leadership, progetto interregionale di valorizzazione del fiume Po	Progetto di ricerca finalizzato al fattibilità del prodotto turistico fluviale, analisi dell'offerta, benchmarking dei casi successo europeo, ricerca dei partner	1) audit di circa 100 soggetti dell'offerta, 2) elaborati di ricerca, 3) piano strategico di prodotto, 4) matrice competitiva	Turismo e marketing territoriale
2008-2009	Regioni Emilia-Romagna (capofila), Lombardia, Piemonte, Veneto	Assessorati al Turismo	Bologna	Visit Po River	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	Web marketing strategico e messa online di infrastruttura di promo-commercializzazione e di collaborazione con stakeholder

Anno	Cliente	Tipologia cliente	Sede	Progetto	Attività	Output	Specializzazione
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	Analisi di base, analisi del prodotto, analisi del contesto competitivo, valutazione investimenti e impatto economico aziendale	1) elaborati di analisi, 2) progetto del prodotto, 3) valutazione economico-finanziaria	Turismo e cultura d'impresa
2009 - 2010	Progetto Casa Immobiliare Srl	Impresa privata	Orosei (NU)	Progetto strategico di marketing per l'albergo diffuso "Is Mannois"	Analisi strategica, piano di marketing, piano di promocommercializzazione, database intermediari, progetto e realizzazione sito internet	1) elaborati di analisi, 2) piano di marketing, 3) piano di comunicazione e accreditamento, 4) database anagrafico e relazionale, 5) sito web e formazione di gestione	Turismo e cultura d'impresa
2010	Unioncamere dell'Emilia-Romagna	Associazione delle Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna	Bologna	Progetto Webbing, come aumentare l'incoming turistico utilizzando la forza della rete e la leva del web	Indagine di benchmarking internazionale su 20 portali pubblici europei di promozione turistica e 20 siti turistici aziendali europei	1) Rapporto su architetture info ed e-commerce e contenuti di 20 portali pubblici europei, 2) Rapporto su interviste ai gestori dei 20 portali, 3) Rapporto su architetture info ed e-commerce e contenuti di 20 siti aziendali europei, 4) Rapporto sulle interviste ai titolari dei 20 siti turistici europei, 5) sintesi e istruzioni strategiche	Turismo e web

Anno	Cliente	Tipologia cliente	Sede	Progetto	Attività	Output	Specializzazione
2010	Autorità Portuale di Olbia	Ente pubblico economico	Olbia (OT), Nord Sardegna	Progetto Gallura Nautical System	Sistema di indagine per messa a punto e condivisione di un progetto di riuso di un'area portuale dismessa	1) Rapporto indagine di desk su buone prassi in Italia, Francia, Olanda e Germania, 2) Rapporto dai focus group con 34 imprese leader del distretto cantieristico, 3) Progetto strategico per il riuso dell'area dismessa, 4) Piano di start up e di fund raising	Turismo nautico e diportistico
2010	Regione Sardegna	Assessorato al Turismo	Cagliari	Fattore K Sardegna (fase personalizzata del progetto interregionale)	Piano di ricerca e di benchmarking verso un campione statistico di 60 PMI turistiche, Workshop di confronto con gli stakeholder turistici territoriali, Aggiornamento statistico	1) Rapporto dell'analisi dei bilanci 2000-2009 delle 60 PMI del campione, 2) Rapporto delle interviste alle stesse 60 PMI, 3) Rapporto di scenario statistico, 4) verifica degli 11 indicatori di performance e di benchmarking, 5) workshop finale	Turismo e cultura d'impresa
2011	CNA Gallura	Associazione economica	Olbia	Forum Economia di Gallura	Progetto operativo evento, mappa degli interlocutori, database relazioni, supporto ai decisori	1) progetto operativo, 2) progetto di comunicazione, 3) database anagrafico e relazione, 4) due relazioni tecniche di apertura delle due sezioni di lavoro	Marketing territoriale
2011	IRTA d.o.o.	Agenzia di promozione turistica dell'Istria	Pola (Croazia)	Webbing Rank Istria	Aggiornamento analisi di base e indicatore di posizionamento del portale web	1) Rapporto di analisi e misurazione del posizionamento web, 2) istruzioni di miglioramento	Turismo e web

Anno	Cliente	Tipologia cliente	Sede	Progetto	Attività	Output	Specializzazione
2011	TURISTIČKA ZAJEDNICA ISTARSKJE ŽUPANIJE	Assessorato al Turismo dell'Istria	Porec (Croazia)	Tourist Thinking Company	Relazione al convegno annuale dell'Assessorato	1) intervento e slide di supporto	Turismo e cultura d'impresa
2011 - 2012	Provincia di Ferrara	Provincia	Ferrara	FBL - Ferrara Bike Lovers	Indagine di mercato sulla domanda e sull'offerta di cicloturismo sulla destra Po	1) Rapporto di ricerca sull'offerta, 2) Rapporto di ricerca sulla domanda in due stagioni diverse, 3) Rapporto dalla "live chat" su Twitter, 4) sintesi e istruzioni strategiche	Cicloturismo e marketing territoriale
2011 - 2012	Liguria Ricerche Spa	Società in house della Regione Liguria	Genova	Liguria Turismo Bottom-up	Sviluppo e realizzazione di una metodologia originale per la definizione del nuovo Piano Turistico Triennale della Regione Liguria, con uso di tecniche evolute di ascolto e collaborazione sul web e con le imprese	1) audit interno, 2) formazione interna, 3) blog "Liguria.ilturismochevorrei", 3) i-Tour Click, 4) i-Tour Stat, 5) i-Tour Incoming, 6) road map di processo, 7) progetto conferenza regionale turismo, 8) elaborato del nuovo Piano Turistico triennale, 9) procedura della cabina di regia	Programmazione turistica e marketing territoriale
2012-2013	Agenzia di promozione turistica In Liguria	Ente strumentale Regione Liguria	Genova	Piano di marketing 2013-2014	Assunzione nuova strategia del Piano Triennale e traduzione in azione di incoming internazionale, web marketing e social media strategy	1) audit interno, 2) fondazione club di prodotto Liguria All Season con operatori privati, 3) elaborato di piano con wiki-strategy, 4) conferenza stampa nazionale, 5) nuovi strumenti online interoperabili da clienti finali	Promo-commercializzazione

Anno	Cliente	Tipologia cliente	Sede	Progetto	Attività	Output	Specializzazione
2013	Consorzio turistico Occhioblue	Consorzio operatori privati	Levanto (SP)	Levanto Destinazione 2.0	Programma di cambiamento e formazione degli associati per acquisire competenze web 2.0	1) audit associati, 2) moduli di formazione ad invito, 3) evento pubblico, 4) blog tour	Turismo e cultura d'impresa
2013-2014	Liguria Ricerche Spa per conto di ENIT, Regioni Abruzzo, Liguria, Emilia-Romagna	Società in house della Regione Liguria	Genova	Progetto WST - Web Social Team Italia	Programma sperimentale di ricerca, selezione e orientamento per un gruppo di giovani talenti da finalizzare al social teama ENIT e operatori liguri	1) programma operativo, 2) bando di selezione nazionale, 3) criteri di selezione, 4) programma esperti per affiancamento, 5) 1^ fase in 12 moduli di approfondimento tecnico professionale, 6) 2^ fase di social media team su brand reputation e città d'arte Liguria e Italia, 7) presentazione finale risultati	E-tourism
2013-2014	Agenzia di promozione turistica In Liguria	Ente strumentale Regione Liguria	Genova	Progetto GLAMOUR LIGURIA - Italy Living Destination	Progetto strategico di incoming internazionale mediante riconfigurazione dell'offerta di prodotto su Cibo Outdoor Heritage Eccellenze Culturali	1) audit strategico, 2) programmazione generale, 3) riorganizzazione dell'offerta di prodotto dal modello "enciclopedia" a quello di "catalogo", 4) progetto e sviluppo del catalogo online www.glamourliguria.it , 5) preparazione e aggregazione di circa 70 seller dell'offerta Liguria specializzati incoming, 6) ricerca selezione e aggregazione di circa 70 buyer di TO europei specializzati all season, 7) educational tour, 8)	Programmazione strategica di prodotto, creazione rete buyer internazionali, promo-commercializzazione

						workshop commerciale, 9) rete Liguria International Partner, 10) finalizzazione operazione e strumenti anche per Expò 2015	
--	--	--	--	--	--	--	--