Il ruolo del destination manager spiegato con una stretta di mano

Nel suo keynote a TTTourism 2016 **Alex Kornfeind**, da febbraio scorso Destination Manager di Caorle, ha spiegato in cosa consiste questo ruolo nell'era del "neoturismo", un'epoca in cui la narrazione del territorio va affidata a chi lo vive e ne è protagonista a dispetto di chi "si erge a storyteller della destinazione solo perché spesso vanta un account Twitter, una pagina Facebook e un po' di tempo libero a disposizione".

Kornfeind lo spiega con un esempio mutuato dalla sua esperienza e racconta come, stringendo la mano a un pescatore del luogo, ha percepito la tradizione e la cultura di Caorle, la stessa cultura che bisogna far percepire al turista interessato alla destinazione.

Il destination manager non è quindi un buttadentro per aumentare il numero delle presenze ma più un messaggero tra pubblico e privato, un consigliere che riesce a trasmettere un vantaggio alla destinazione.

Kornfeind parla anche del suo nuovo ruolo che lo vede ambasciatore di una destinazione che ogni anno attira già 600mila arrivi e oltre 4 milioni di presenze.

"Nei prossimi mesi - spiega - vorrei intercettare turisti con cui dialogare, per aiutarli ad aumentare la propria cultura della destinazione. Premesso che gli obiettivi si decidono insieme a tutti gli attori del comparto, uno dei più importanti da realizzare potrebbe essere quello di creare un percorso che possa valorizzare l'entroterra della Venezia orientale".

L'idea è quindi quello di dare valore a ciò che oggi è nascosto e far scoprire quello che c'è oltre Caorle come destinazione mare con le sue bandiere blu e verdi per le quali è già nota al pubblico.