

## Essere "rete" per essere vincenti

### Turismo, politiche e strategie

È il momento del turismo. Meglio, è il momento in cui tutti parlano di turismo o, peggio, hanno la pretesa di fare turismo;

Intanto la stagione delle ferie è iniziata e ci si interroga su come rendere un servizio al territorio attraverso una programmazione capace di attrarre nuovi arrivi e di allungare il periodo di vacanza.

I problemi, fondamentalmente, sono due. La ricettività, ovviamente, e la promozione.

Per la prima si è finalmente compreso che alla proposta-mare, per sua natura poco flessibile, va aggiunta l'offerta di un turismo alternativo, quello della campagna, della località d'arte, del turismo della cultura e delle tipicità.

Per la promozione, invece, è tempo di sostituire alle tante parole fatti concreti, un reale pacchetto turistico che sappia far emergere le eccellenze del nostro territorio (che ci sono, e pure tante!) facendo di tante proposte disorganiche ed estemporanee un pacchetto turistico di rete.

La nascita dei Sistemi Turistici Locali, voluta più per effetto di legge che per condivisione progettuale, mutuando strutturalmente le cessate Apt che gli stessi protagonisti di ora qualche anno fa vollero dismettere, dovrebbe rappresentare il momento di progetto e di coordinamento.

Finora poco si è visto, basti vedere nella pagina precedente cosa dicono i protagonisti. L'aggregazione è nata più per contingenza che per una scelta di obiettivi, ma è tempo che ci si dia programmi e che il pollaio di tutti coloro che parlano lasci il campo a progetti professionali, capaci di portare contributi al territorio ed all'economia locale.

Fare turismo, insomma, significa progettare e non improvvisare. Rendendosi magari conto, con un po' di cinismo, che non si può pretendere che tutto sia turismo; o, peggio, che tutti possano fare turismo;

Istituendo il Sistema Turistico Locale, Fermo ha puntato sul forte coinvolgimento del territorio, riuscendo a diventare il primo delle Marche in quanto ad adesioni, soprattutto di Comuni e di Associazioni di categoria. Se è vincente dal punto di vista territoriale, rischia, come lamenta il presidente della Valdaso Rossi, di creare un organismo poco flessibile, quindi difficile da gestire.

Civitanova, più contenuto territorialmente, valorizza la sua offerta invitando all'acquisto delle grandi firme; negli out-let aziendali delle griffe della zona. E il presidente Marzetti scommette che sia vincente.

È un terzo Sistema, quello dei Sibillini che, ovviamente, punta tutto sulla montagna e sulle strutture ricettive alternative;

Fa da comun denominatore l'offerta, mai adeguatamente valorizzata, di un vasto territorio che ha capacità attrattiva a 360°: il mare, la montagna,

l'agriturismo, le bellezze naturali e culturali, le manifestazioni di richiamo, le tipicità.

Per quanto possa sembrare strano, basterebbe coordinare e rendere offerta di rete tutto quello che già abbiamo. La funzione dei "Sistemi" è quella di omogeneizzare le varie offerte e fare cantare i tanti galli allo stesso modo. Il pollaio sarà uno, e il prodotto sarà facile venderlo, in concorrenza, sul mercato.

In giro c'è diffuso ottimismo. Sperare che le cose vadano meglio è dunque d'obbligo. A patto che l'ottimismo nasca dall'intelligenza.