



abruzzoweb.it

TURISMO: LA PROPOSTA, "UN PROGETTO DI AGGREGAZIONE PER L'AQUILA"

L'AQUILA - Una "Destination Management company", aggregazione trasversale tra operatori, albergatori, ristoratori, gestori di impianti di musei, per gestire in un complesso unitario e organico il turismo all'Aquila.

È la proposta dell'esperto **Giovanbattista Galeota** nel progetto "Aquila Dove", che propone appunto la nascita di un aggregatore che gestisca a sua volta quattro aggregazioni specialistiche di prodotto turistico: arte, cultura, parchi e ospitalità.

Un'idea per uscire dall'attuale situazione di stallo dovuta, secondo Galeota, a "provincialismo politico, istituzionale ed economico e una scarsa attenzione della classe politica locale a professionalità economico-imprenditoriali".

E del progetto Galeota chiede "un tavolo di valutazione".

Galeota è esperto in pianificazione strategica e di marketing operativo, laureato in Economia e commercio alla Sapienza di Roma e master Mba scuola amministrazione aziendale Università di Torino, dottore commercialista e Revisore dei conti.

Ha esperienza ultraventennale nel settore Bancario con incarichi di Direzione di Filiale in giro per l'Italia e, successivamente, ha svolto molti incarichi di Staff alla Direzione Centrale lavorando in diversi progetti di sviluppo. Si interessa di Turismo locale in quanto revisore della Progetto Stiffe Spa da oltre 16 anni.

LA NOTA COMPLETA

Il dibattito sullo sviluppo economico del territorio aquilano sta spostando sempre di più l'attenzione verso il turismo come settore potenzialmente trainante per 4 ordini di ragioni: dare una valenza economica al recupero del consistente patrimonio artistico dopo il sisma, mettere a reddito le enormi risorse paesistiche del territorio oltre a quanto fanno le stazioni sciistiche, stimolare investimenti e domanda di lavoro che dovrebbero rimpiazzare quelli industriali, effettuati tra gli anni 60-80 dalle multinazionali, ora completamente abbandonati sotto la spinta della globalizzazione e della finanza d'assalto.

Il territorio aquilano è certamente un terreno fertile per lo sviluppo di imprenditorialità di servizi per il turismo facendo leva su un armonioso mix di arte, cultura, montagna e tradizioni.

Su questo punto sono tutti d'accordo (istituzioni e associazioni di categoria di imprenditori ed operatori privati e pubblici nel settore dell'arte e cultura) in occasione dei tanti e continui convegni sul futuro dell'Aquila.

Un punto di forza, mal sfruttato dalle istituzioni è stata l'attenzione mediatica a fari puntati su un

territorio venuto alle cronache per via del terremoto; circostanza questa che ha portato notevoli risorse finanziarie più di qualunque altro dei tanti territori in crisi.

Le ragioni di questa scarsa capacità a sfruttare un'occasione irripetibile (ricostruire e partire da zero per rilanciare l'economia come gli imprenditori più accorti e preparati fanno con lo start up per riposizionare il loro business per cogliere favorevolmente i cambiamenti) risiede, oltre alle cause di cui si sta occupando la magistratura, in un provincialismo politico, istituzionale ed economico ed in una scarsa attenzione della classe politica locale a professionalità economico-imprenditoriali; questo spiega perché una classe politica ora si rivolge al mondo produttivo e imprenditoriale per individuare risposte concrete al problema dello sviluppo.

Va dato atto che i fermenti per un "mea culpa" della politica ci sono tutti, per esempio in occasione della prima conferenza sul turismo a L'Aquila, molti rappresentanti istituzionali e delle associazioni di categoria hanno messo in risalto dei punti importanti del dibattito sullo sviluppo economico del territorio facendo leva sugli investimenti nel turismo:

- Ricondurre ad una governance unitaria le frammentarie iniziative che vanno (anche in rete) in direzioni diverse per territorio e per idee di sviluppo (enogastronomico, montagna, arte, pellegrinaggi e così via)!
- La governance unitaria richiede un accordo trasversale tra Istituzioni presenti nel territorio e associazioni di categoria in funzione di un modello integrato di sviluppo.
- Fare leva sulle risorse paesistiche esistenti (Montagna, monumenti, cultura) e su sistemi rete già esistenti o in fase di creazione per iniziativa spontanea degli operatori (per es. circuiti enogastronomici, marchi di qualità nel settore più strettamente enologico, marchi costruiti sull'offerta degli operatori della montagna, percorsi e guide sul territorio ecc.ecc).
- Mappare il sistema dell'offerta fuori dai circuiti esistenti per individuare potenzialità sconosciute o che la politica ha voluto disconoscere.

L'individuazione di queste strade da percorrere denota, sicuramente, una piena consapevolezza del problema da parte delle istituzioni su dove ci si trova, dove si dovrebbe andare e dove cercare soluzioni per arrivarci. Mi domando se a queste parole ci sia la volontà di dare seguito con un disegno che metta da parte i localismi e le frammentazioni istituzionali ed economiche.

C'è la volontà di creare un modello integrato di sviluppo turistico che metta realmente insieme gli operatori (pubblici e privati) in un territorio che si ottiene tracciando il triangolo Gran Sasso, Marsica e Valle Peligna? E questo modello potrebbe integrarsi con uno ideale per la costa e per altri territori montani abruzzesi?

Da qualche parte occorrerà partire e si dovrebbe partire dalla risorsa più importante da un punto di vista di immagine per il turismo. Quel punto di partenza è proprio L'Aquila per ragioni storiche, artistiche, culturali; questo ruolo di L'Aquila deve essere riconosciuto proprio per ragioni strategiche di sviluppo del turismo.

Per tradurre in stime di mercato questa affermazione è sufficiente pensare che il turismo montano organizzato (Gran Sasso, Campo Felice, Ovindoli) produce, nell'attualità, reddito su una domanda di ca.400.00 visitatori anno; domanda che potrebbe sicuramente crescere facendo leva su investimenti specifici nel territorio che mirino anche alla cd. destagionalizzazione della domanda di montagna; Il potenziale di sviluppo, senza L'Aquila tuttavia, è certamente inferiore.

Il potenziale di sviluppo della domanda di turismo su L'Aquila (senza il supporto della montagna), facendo leva su arte, cultura, formazione e congressuale, è di oltre 1.000.000 di visitatori anno grazie a un placement che miri all'indotto dal turismo culturale e artistico romano; se poi si allarga

questo confine oltre la capitale, gli sviluppi sono incalcolabili.

Lo sviluppo turistico del territorio si costruisce partendo dall'Aquila per organizzare sinergie con sistemi già organizzati e preesistenti fuori dall'Aquila; l'organizzazione delle sinergie di sviluppo, tuttavia, richiede 2 cose fondamentali : governance unitaria e board di rete che mettano da parte localismi e logiche Cencelliane di designazione di chi deve guidarne l'attuazione, per non essere l'ennesimo caso di cattiva destinazione di fondi pubblici sotto l'etichetta dello sviluppo economico.

Ma per capire che il modello ideale di sviluppo debba avere per forza in L'Aquila il suo fattore critico di successo, è sufficiente pensare che se la promozione di un prodotto Turistico deve rivolgersi a un mercato dai confini più ampi, deve poter promuovere un'immagine che racchiuda , per storia, monumenti e cultura, quella del luogo più significativo del proprio territorio. Questa immagine se si coniuga con quella di una rinascita, dopo un evento calamitoso, diventa ancora più forte ed efficace.

In sintesi se si vuole portare un turista, per esempio da Milano, domando: è più efficace prospettargli una sciata o una passeggiata in una delle montagne che circondano L'Aquila o prospettargli un circuito enogastronomico oppure, ancora, prospettargli di visitare una città ricca di storia, cultura e monumenti che sta rinascendo dopo il terremoto? Sciare o passeggiare in montagna o, ancora, fare un percorso enogastronomico, può essere un'ulteriore opportunità per il visitatore che lo induca ad allungare il soggiorno ma non la ragione principale che lo induca a venire.

Il dibattito sullo sviluppo turistico spostandosi, poi, su contenuti più specifici, da alcuni addetti ai lavori viene condotto sul tema dei sistemi di rete, argomento di grande attualità in quanto le autorità politiche locali sembrano puntare molto su questo; basti pensare a quanti bandi regionali escono in questo periodo sotto l'etichetta dei sistemi e contratti rete d'impresa.

Una rete che coinvolga tutti gli operatori del territorio facendo leva su risorse strategiche come l'ambiente, i monumenti, la cultura, la storia e le tradizioni, sfruttando modelli di eccellenza visibili in Trentino, in Umbria, è sicuramente la strada maestra da percorrere. Ma come?

Si deve ricercare un'aggregazione di operatori trasversale per attività in un contesto territoriale limitato o si deve ricercare un'aggregazione di operatori focalizzata su prodotto in un contesto territoriale più ampio?

Le aggregazioni, per così dire trasversali tra operatori (albergatori, ristoratori, gestori di impianti di musei e così via) rientrano nel modello astratto DMC (Destination Management company) . Questo a mio avviso è un modello vincente solo se serve ad aggregare operatori in un territorio molto ampio e riesce ad integrare reti di prodotto secondo precise logiche di governance.

Le aggregazioni, per così dire specialistiche di prodotto turistico (le PMC - Product management company) sono efficaci se vengono costruite su un'immagine tematica ben studiata in termini di marketing di prodotto; sono proprio queste che hanno la difficile missione di costruire un'immagine di offerta turistica che permette di differenziare e di distinguere in modo efficace l'offerta generando appeal del turista. Il modello ideale è pertanto quello che si basa sulla costruzione di PMC che offrano prodotti turistici a tema e di DMC che creino meccanismi sinergici di sviluppo tra le stesse PMC. È proprio su questa logica gestionale organizzativa che si basa il modello ERS (eventi, ricettività servizi) da me ideato e tradotto nel progetto "AQUILA DOVE".

Aquila Dove è un progetto per la costituzione di 1 DMC che realizzi meccanismi sinergici di sviluppo tra 4 PMC che sviluppino un prodotto turistico a contenuto tematico (arte, cultura, Parchi, ospitalità) ed una DMC che generi domanda primaria con il sistema eventi. Il perimetro di azione di un simile modello può essere variabile e comprendere idealmente anche tutta la regione.

Mi auguro che chi lavori sulla costituzione di DMC lo faccia tenendo ben in mente questi elementi e non lo faccia con la sola idea di mettere in piedi una rete per sviluppare in modo autonomo la

domanda di turismo in un territorio limitato.

Del pari, mi auguro che le istituzioni che hanno il governo della città comprendano che proprio da L'Aquila debba partire un progetto DMC che attragga a se eventuali progetti rete fuori dalla città, per costruire un unico sistema integrato.

Il Master plan progettuale per questa idea c'è perché non aprire un tavolo di valutazione

29 Gennaio 2013 - 11:20