

Corriere di Maremma

26 Luglio 2007

## **"Il turismo tra ultimatum e nuove ricette"**

Giacomo D'Onofrio - Grosseto

Il turismo rischia di diventare il nuovo terreno di scontro fra Comune e Provincia. A lanciare l'ultimatum stavolta è l'assessore comunale Marco Barzanti, che ieri proprio al tavolo sul turismo non ha usato giri di parole.

### **Biglietto unico e ultimatum**

Parlando del biglietto unico, realizzato dall'Amministrazione comunale in collaborazione con il consorzio Vivi La Maremma per facilitare l'accesso dei visitatori al Museo archeologico, al Parco regionale e all'ippodromo del Casalone, l'assessore Barzanti lancia l'avvertimento: "se entro settembre la Provincia non si muove, l'Amministrazione convocherà un tavolo aperto a tutti i Comuni maremmani per stipulare un protocollo d'intesa sul biglietto unico".[...]

### **Biglietto unico e ultimatum**

d'altra parte, che la partecipazione pubblica al miglioramento del marketing turistico sia determinante lo hanno ribadito ieri i responsabili di Italia Promozione, nel corso del seminario con gli operatori del settore. Una partecipazione, quella degli enti locali "...che è ancora bassa - ha osservato Simone Genovesi, direttore commerciale Italia Promozione - e non tanto in termini economici, quanto di promozione del marchio" affinché l'eterogeneità di un territorio come quello maremmano - su cui insistono mare, montagna, colline, termalismo, centri storici - da punto debole diventi elemento qualificante e attrattivo. Non parole: Italia Promozione, ad esempio, ha proposto la realizzazione di una guida semantica, che sostituisca le tante (troppe) guide spesso infarcite di pubblicità, ma di poche notizie utili al visitatore. "Una guida semantica - ha aggiunto Genovesi - sarebbe estremamente utile per suggerire percorsi mirati su enogastronomia e quant'altro caratterizza il territorio".

### **I privati alla prova della maturità**

E se la parte pubblica deve dare il suo contributo, alle imprese del settore è richiesto un ulteriore salto di qualità. Tanto più in una fase in cui i dati sui flussi degli italiani vengono definiti allarmanti. Federalberghi ha calcolato che questa estate rimarrà a casa il 50,6% degli italiani e questo per il forte impoverimento delle famiglie e i prezzi ancora troppo alti praticati in Toscana. Per uscire da questo empasse anche per la Maremma ci sono strade possibili. Da un lato "cavalcare" il brand Toscana, ma al contempo differenziarsi per saper offrire qualcosa di originale ai potenziali visitatori, a prezzi più competitivi. Valorizzare le differenze, insomma, ma fare anche uno sforzo per agevolare i possibili clienti.

"Non basta che le strutture ricettive restino aperte, occorre progettare un budget commerciale per creare i presupposti necessari a favorire la produttività".

Sì, ma in che modo? Viene da chiedere. Secondo Italia Promozione agevolando il cliente a sovvertire i tempi di prenotazione della vacanza.

### **Favorire il "first minute"**

Ormai anche in Maremma sembra addirittura superato il last minute: si parla già di last second, cioè di prenotazioni all'ultimo secondo (ad esclusione di agosto) perchè economicamente più convenienti. "Gli operatori - è stato il suggerimento di Genovesi - devono saper spostare il last minute in first minute: premiare chi prenota mesi prima il proprio soggiorno anche perchè questo può aiutare a programmare la stagione anche sul fronte del personale da assumere".

E visto che ormai si sta andando verso un destagionalizzazione della vacanza, per cui al soggiorno tradizionale di almeno due settimane si sta sostituendo l'abitudine al viaggio breve, ma ripetuto durante l'anno, intervenire sulle tariffe diventa un percorso obbligato.

"Luglio - ha continuato Genovesi - sta evidenziando un errore strategico da parte delle strutture ricettive: praticano spesso i prezzi dell'altissima stagione e allontanano i turisti".

## **La nuova frontiera della multimedialità**

Infine Internet. Sempre più persone lo utilizzano per organizzare le proprie vacanze: "In questa ottica - ha affermato l'assessore Barzanti nel corso del seminario dedicato proprio alla multimedialità come forma di promozione - diventa utile per chi lavora nel settore avere un sito web aziendale che sia di facile navigazione per gli utenti e che soprattutto permetta la prenotazione on line, fondamentale per attivare anche turisti stranieri. Il sito inoltre - ha continuato Barzanti - rappresenta uno strumento per avere un riscontro dell'interesse verso i servizi offerti".

A tal proposito l'assessore ha ricordato il biglietto unico prenotabile on line attraverso il sito del consorzio [www.vivilamaremma.it](http://www.vivilamaremma.it).