



PRIMO PIANO

## Turismo nel Piceno, quali prospettive?

I ragazzi del Master in Tourism Management tratteggiano la riorganizzazione dell'offerta turistica del Piceno per la crescita del settore. La strategia? Sinergia prima di tutto.

**SAN BENEDETTO DEL TRONTO** – Da alcuni anni la pubblica amministrazione, le associazioni di categoria e gli imprenditori stanno lavorando a uno sviluppo del settore turistico. I risultati, però, hanno rilevato la mancanza di una vera e propria strategia, uno sfruttamento ottimale delle risorse e una pianificazione integrata della realtà territoriale. A dirlo sono i discenti del [Master in Tourism Management](#), che lunedì 26 gennaio hanno presentato le loro ricerche e i loro progetti presso l'auditorium comunale di San Benedetto del Tronto.

**TOURISM MANAGEMENT** – Il seminario ha chiuso la prima edizione del percorso realizzato dall'Ista grazie al supporto della Regione Marche e della Banca dell'Adriatico con la collaborazione dell'Università Politecnica delle Marche. Presenti Gian Mario Spacca (presidente Regione Marche), Gian Luca Gregori (pro rettore dell'Università Politecnica delle Marche), Giovanni Gaspari (sindaco San Benedetto del Tronto) e gli attori del turismo piceno che hanno potuto constatare strategie, strumenti e modalità per trasformare il settore turistico in un settore capace di trainare l'economia locale. E come la regione Marche, negli anni '70, ha vissuto il miracolo economico nel settore calzaturiero, oggi ci si prepara ad avviare un processo di reengineering del sistema turistico, valorizzando il territorio Piceno e favorendo la diffusione di una cultura dell'accoglienza integrata. Mare, gusto, spiritualità, cultura, natura, borghi storici, didattica, servizi per le famiglie e accessibilità sono stati alcuni dei temi affrontati durante l'incontro; evidenziati i pro e i contro di un settore tutto da reimpostare. Infatti, dati alla mano i masteristi hanno tratteggiato un piano strategico per la definizione di progetti più o meno concreti per la razionalizzazione dell'offerta turistica del Piceno e accompagnarla verso una costante crescita.

**FOCUS SUL PICENO** – A scegliere il nostro territorio sono soprattutto coppie, famiglie con bambini e senior; per questo è emersa la necessità di soddisfare questi flussi turistici attraverso la cura dell'accoglienza,

dell'accessibilità e della tipicità locale senza disperdere risorse per attrarre giovani e uomini di affari che scelgono, invece, ben altre mete. Durante il seminario sono stati forniti alcuni suggerimenti, opportunamente documentati, per fidelizzare e incuriosire i vari target turistici. Un esempio? Relax, natura e cultura per le coppie, mare e iniziative per bambini per le famiglie. Insomma, la ricerca di mercato non tradisce le naturali inclinazioni degli italiani. Perché i turisti dovrebbero scegliere il Piceno? Per l'offerta integrata che propone; dalla collina al mare, il turista trova tutto quello di cui ha bisogno per la sua vacanza.



**QUALI STRATEGIE PER IL SETTORE?** – I lavori presentati hanno permesso di capire cosa non va nel turismo Piceno e la questione principale è sempre la mancata [sinergia tra gli attori del settore](#). Alla base di ogni strategia, quindi, serve una governance turistica integrata e un nuovo innesco. Per mettere a sistema quanto di meglio ha da offrire il territorio, invece, bisogna potenziare e promuovere l'eccellenza senza perdere di vista i portatori d'interesse. Risulta difficile, infatti, puntare al turismo per famiglie con bambini se nessuna delle strutture territoriali è iscritta al portale [Italy Family Hotel](#). Oppure, non si può pretendere di promuovere il turismo enogastronomico, se dalle ricerche è emerso che i ristoranti del territorio non sono attraenti. O addirittura organizzare eventi che non rispondono ai target turistici di riferimento.



La strategia? Avanguardia, dialogo tra pubblico e privato, [presenza sui social e propensione all'internazionalizzazione](#). “Noi siamo naturalmente abituati all'accoglienza, – commenta il sindaco Gaspari – ma abbiamo capito che creatività e improvvisazione non sono sufficienti, serve la garanzia della riuscita. Ora bisogna muoversi sotto l'egida di politiche adeguate all'accoglienza e alla promozione, e il supporto scientifico ci aiuterà a render conto e vedere i risultati”. La nuova leva di manager turistici è in grado di rispondere al turista moderno che, senza disdegnare il passaparola, si affida ad altri canali per scegliere la propria vacanza. Il Piceno non può rimanere indietro e occasioni come questa mirano a disegnare un territorio all'avanguardia che sappia conservare

però tradizione e cura dei dettagli. Il turismo è un argomento da approfondire che, dopo quella artigianale, potrebbe scatenare la seconda rivoluzione imprenditoriale marchigiana. Come sollecita il direttore generale dell'Istao Giuliano Calza, la seconda edizione del Master sarà un nuovo banco di prova.

Scritto da Dina Maria Laurenzi - pubblicato il 27 gennaio 2015 - in **PRIMO PIANO**