

LA STRATEGIA

PESARO Politica, imprenditoria, associazionismo e Università a confronto sul futuro turistico delle Marche. Il seminario organizzato ieri pomeriggio all'hotel Excelsior di Pesaro dal Corriere Adriatico "La risorsa dei turismi", moderato dal caporedattore Andrea Taffi, si è posto l'obiettivo di offrire prospettive e strategie di rilancio per il turismo marchigiano. Alle tragedie e ai crolli causati dal terremoto si è infatti aggiunto anche il danno indiretto di immagine che ha portato a un crollo delle prenotazioni alberghiere stimato intorno al 30%. Ne è emerso un quadro di luci e ombre. Di una regione «bellissima» in grado di offrire più turismi (balneare, sportivo, culturale) ma che non è ancora capace di «internazionalizzarsi» e di intercettare quelle fette di mercato straniere che consentirebbero alle Marche di fare il definitivo salto di qualità.

Consigli & critiche

I suggerimenti non sono mancati. In primis dal mondo imprenditoriale. «Il nostro purtroppo è un prodotto turistico obsoleto ed allora ancora di più occorre pianificare una strategia - ha detto il presidente di Eden Viaggi Nardo Filippetti - Dobbiamo fare un'analisi di quello che abbiamo, capire quale tipologia di turista ricerca la nostra offerta e, infine, capire come e dove andare a prendere quella fetta di mercato. L'aeroporto? Se si vuole puntare sul turismo non deve chiudere. La Regione? Servirebbero più professionisti del marketing». Dal titolare dell'hotel Ex-

Amministratori albergatori e addetti ai lavori ragionano su obiettivi e soluzioni



La platea di albergatori, amministratori e addetti ai lavori riunita ieri all'Excelsior FOTO TONI

Facciamo Marcheting «Uniti per il turismo»

Dal meeting del Corriere la necessità di un gioco di squadra

Da sinistra
Taffi
Varotti
Laurenzi
Filippetti
Pieroni
Vimini
Carboni
e Ciotti



celsior, per diverso tempo l'unico 5 stelle delle Marche (ora a Pesaro c'è anche l'hotel Vittoria, ndr), a quello del ristorante stellato Nostrano. «Puntare sulla qualità alla fine dà i suoi frutti - ha commentato lo chef Stefano Ciotti - Per le Marche credo si debba lavorare per render-

le una regione di tendenza. Questo porterebbe gente». Il direttore del Corriere Adriatico, Giancarlo Laurenzi, ha sollecitato la stessa Regione «perché una regione bella come questa in Italia non c'è però deve saper sfruttare le bellezze che ha con un progetto comune». Chiamato

in causa l'assessore regionale al Turismo Moreno Pieroni ha snocciolato i numeri del lavoro fatto finora. «Fino adesso abbiamo investito in promozione circa 800 mila euro per dare l'idea di una regione normalizzata dopo il terremoto: lo spot trasmesso durante Sanremo è

stato visto da 10 milioni di persone - ha spiegato Pieroni - Ora però il sistema ricettivo marchigiano deve essere più unito rispetto al passato». Fare sistema è anche la proposta del vicesindaco di Pesaro Daniele Vimini che ha portato l'esempio delle celebrazioni per i 150 anni dalla morte di Rossini. «Non è un progetto solo pesarese ma è un progetto che rappresenta un'opportunità per le Marche e per tutto il paese - ha spiegato Vimini - Il ministro Franceschini ha poi preso lo spunto per raccontare al mondo i geni italiani. Dopo i 150 anni per Rossini nel 2018, ci saranno le celebrazioni per i 500 anni di Leonardo nel 2019 e di Raffaello nel 2020 e quelle per i 700 anni di Dante nel 2021».

Internazionalizzarsi

E se, da una parte, il professore della Politecnica Carlo Carboni ha chiesto al sistema turistico di «internazionalizzarsi sempre di più», dall'altra, il direttore provinciale di Concommercio, Amerigo Varotti, ha espresso apprezzamento per l'operato dell'amministrazione regionale. «Per superare il danno causato dal terremoto dobbiamo dare il messaggio di una regione viva - ha spiegato - Purtroppo temo che le aree interne saranno penalizzate per diversi anni ancora. Devo però spezzare una lancia a favore della Regione perché c'è finalmente il tentativo di rompere quella sudditanza nei confronti del settore manifatturiero che ha caratterizzato le politiche turistiche per decenni. L'aria è cambiata. La Regione sta cercando di dare più fondi al secondo volano economico delle Marche».

Luca Fabbri

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Rossini carta vincente e marketing prioritario «Ma l'aeroporto non deve chiudere»