

ECONOMIA E PRODOTTI
DIPARTIMENTO PROGRAMMAZIONE ECONOMICA
E POLITICHE COMUNITARIE

05

UN MODELLO INNOVATIVO PER IL TURISMO DEL TERRITORIO

Apt e Ati "Obiettivo Maremma" insieme per unire la fase promozionale turistica a quella commerciale

Per essere competitivi nel settore turistico non si può separare l'attività promozionale da quella commerciale. E partendo da questo presupposto che l'Apt Maremma ha voluto creare un modello innovativo di promozione e commercializzazione turistica che porti a sviluppare un'attività commerciale coerente con la strategia promozionale del territorio. Tra le prime agenzie per il turismo in Italia a promuovere un tale modello integrato, l'Apt Maremma ha individuato nell'Ati (Associazione Temporanea di Imprese) "Obiettivo Maremma" il soggetto privato destinato ad essere partner commerciale dell'Agenzia, organizzando e gestendo le attività di vendita del turismo del territorio. Il meccanismo è semplice e molto funzionale: mentre da una parte l'Apt si occupa, come ente istituzionale, della promozione del territorio, dall'altra l'Ati "Obiettivo Maremma" ne cura l'attività commerciale, dalla prenotazione dei servizi turistici alle attività di assistenza al turista negli uffici informazione. «Con questa convenzione tra pubblico e privato - commenta Fabrizio Nicolai, direttore dell'Apt Maremma - sono due gli obiettivi che ci siamo posti: innanzitutto unire la fase promozionale a quella commerciale; in secondo luogo creare sul territorio un servizio nuovo e competitivo, allineando i nostri standard

qualitativi a quelli europei, allargando e qualificando l'offerta per perseguire il raggiungimento di nuove forme di vantaggio competitivo. Si tratta di una delle prime forme in assoluto di commercializzazione integrata tra pubblico e privato» L'Ati "Obiettivo Maremma", che si è aggiudicata la gara bandita per l'assegnazione della gestione di tale servizio, è un raggruppamento di cinque consorzi turistici presenti nel territorio provinciale: "Promotei" di Grosseto, "Maremma Promotion" di Castiglione della Pescaia, "Servizi Turistici Maremma Toscana" di Follonica, "Amatur" di Massa Marittima e "L'Altra Maremma" di Saturnia. Il passo successivo nello sviluppo di tale modello di gestione del turismo, oltre alle attività di prenotazione e assistenza al turista svolte fino ad oggi, è avvenuto ai primi di maggio quando è stato presentato un nuovo progetto commerciale e promozionale che individua le presenze sul mercato e la declinazione dei prodotti e pianifica anche tutte le attività per la prossima stagione promozionale. Si tratta di un vero e proprio passo avanti per il territorio maremmano perché si è arrivati a pianificare con grande anticipo le azioni, permettendo una maggior razionalizzazione delle risorse e dando anche gli strumenti per un continuo monitoraggio dei risultati. L'integrazione tra il soggetto pubblico Apt Maremma e il

soggetto privato Ati "Obiettivo Maremma" permetterà al territorio maremmano di presentarsi sui mercati in maniera sistemica e di qualificare la strategia turistica, integrando una promozione del territorio generalista con una promozione specifica che intercetti anche i desideri specifici di segmenti di pubblico.

I temi portati avanti, infatti, saranno i punti di forza del territorio: golf, Maremma slow (trekking, cavallo, mountain bike, etc.), mare "alternativo" (diving, kite-surfing, nautica, etc.), patrimonio storico-culturale e i due filoni trasversali sempre presenti nella promozione turistica della Maremma, ossia enogastronomia e qualità ambientale, oltre naturalmente alla possibilità di soddisfare qualsiasi altra forma di turismo tradizionale.

Le azioni da portare avanti si dividono, infatti, tra presenze alle borse del turismo tradizionali e presenze a eventi settoriali, in linea con la gamma dei prodotti da promuovere. Il progetto complessivo prevede, infatti, una diversificazione delle azioni, affiancando alla presenza nei classici circuiti turistici quella in alcune importanti catene di department stores europei che ospiteranno una serie di spazi dedicati al territorio. Presenze sviluppate anche attraverso un'intensa collaborazione con il consorzio "Grosseto Export". Oltre a questi meccanismi di direct marketing, cioè di

incontri mirati e di workshop in cui si presentano e si vendono direttamente pacchetti turistici, l'Ati "Obiettivo Maremma" presenterà quest'anno il primo catalogo commerciale del territorio costruito in sinergia tra pubblico e privato. Il progetto grafico, per esempio, sarà in linea con quello dell'Apt, richiamandone immagini e contenuti. Anche le campagne pubblicitarie esprimeranno un importante carattere di novità, proponendo, accanto al messaggio istituzionale, anche proposte commerciali.

«Si tratta di un progetto ambizioso - conclude Fabrizio Nicolai - apparentemente semplice, ma che richiede grande impegno e grandi sforzi da parte di entrambi i soggetti, il pubblico e il privato, e che è possibile grazie anche alla tenacia e alla moderna sensibilità dimostrata da entrambi. L'obiettivo finale auspicato è la creazione di una sorta di tour operator del territorio che sappia elaborare strategie commerciali coerenti con gli indirizzi promozionali sviluppati dall'Apt. Ci preme, inoltre, sottolineare che al progetto possono aderire tutte le strutture ricettive e i fornitori di servizi del territorio che, senza costi di adesione, attraverso la semplice sottoscrizione di una convenzione, così come previsto dalla normativa, possono entrare direttamente e immediatamente nel meccanismo commerciale»

Per informazioni:
tel 0564 462611
e-mail: info@lamaremma.info

Una veduta di porto Santa Stefano

