

LA NOVITA' Consorzi coinvolti

Patto tra Apt e privati per vendere meglio il «pacchetto turismo»

GROSSETO — «Si parla spesso della necessità di fare sistema, per rilanciare la penetrazione dell'offerta turistica maremmana nel mercato internazionale. Bene, noi, con un accordo unico nel suo genere lo abbiamo fatto». Il presidente della Provincia, Lio Scheggi, commenta così la stipula del primo accordo «pubblico-privato», tra l'Agenzia di promozione turistica e un'associazione di imprese turistiche grossetane, composta da circa 300 operatori del settore. Con l'accordo tra Apt e consorzio «Obiettivo Maremma», nasce un modello innovativo di promozione e commercializzazione turistica, che secondo il direttore dell'Apt, Fabrizio Niccolai (**nella foto**), è in grado di sviluppare un vero e proprio sistema commerciale, coerente con la strategia promozionale del territorio. Il partner commerciale dell'Agenzia, che come un vero e proprio tour operator, si occuperà di gestire le attività di vendita del turismo maremmano, è composto da cinque consorzi turistici: «Promoter» di Grosseto, «Maremma Promotion» di Castiglione della Pescaia, «Servizi turistici Maremma toscana» di Follonica, «A.Ma.tur» di Massa Marittima e «Altra Maremma» di Manciano. «Con questa convenzione, che inaugura una delle prime forme di commercializzazione integrata tra pubblico e privato — spiega Niccolai — 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». I punti di forza sui quali da tempo Maremma e l'Amiata stanno puntando sono: golf, Maremma slow, mare «alternativo», patrimonio storico-culturale e enogastronomia e qualità ambientale.



pro prio sistema commerciale, coerente con la strategia promozionale del territorio. Il partner commerciale dell'Agenzia, che come un vero e proprio tour operator, si occuperà di gestire le attività di vendita del turismo maremmano, è composto da cinque consorzi turistici: «Promoter» di Grosseto, «Maremma Promotion» di Castiglione della Pescaia, «Servizi turistici Maremma toscana» di Follonica, «A.Ma.tur» di Massa Marittima e «Altra Maremma» di Manciano.

«Con questa convenzione, che inaugura una delle prime forme di commercializzazione integrata tra pubblico e privato — spiega Niccolai — 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». I punti di forza sui quali da tempo Maremma e l'Amiata stanno puntando sono: golf, Maremma slow, mare «alternativo», patrimonio storico-culturale e enogastronomia e qualità ambientale.