Progetto di Sviluppo Economico del Molise

PIANO INDUSTRIALE PER IL TURISMO INTEGRATO E SOSTENIBILE

C R O S S

Centro Rete Organizzativa Sviluppo Sostenibile

Nell'ambito dei contesti economici prevalenti, il turismo in termini di giro d'affari e per numero di addetti impiegati è già da oltre 20 anni il primo settore al mondo ed in particolare in Europa. " L'industria turistica" di un territorio, per questo, come tutte le altre realtà dell'industria moderna, deve necessariamente essere organizzata con un approccio di tipo aziendale, quindi, innanzitutto attraverso la valutazione razionale delle potenzialità e la pianificazione sistematica integrata e capillare di tutte le risorse naturali, storiche-architettoniche e soprattutto umane. Considerando poi il ruolo trainante , che più di tutti , può assumere rispetto alle attività primarie e terziarie, ed in riferimento all'analisi dei modelli più significativi di successo (Es.Savoia) si può affermare che in un contesto come quello italiano (ricchissimo di materie prime turistiche), sia a livello nazionale che regionale è inconcepibile che non ci siano piani di sviluppo territoriali integrati incentrati sul settore turistico.

Il Piano Industriale proposto per il Turismo Integrato per il Molise è scaturito da questo tipo di approccio. Esso è innanzitutto il risultato di un'analisi approfondita di tutti i mercati, europei ed extraeuropei: dal lato della domanda prevalente e dei trend turistici-sociali emergenti , e da quello dell'offerta, con l'obiettivo di individuare i modelli più significativi e di successo in termini di fatturato, di organizzazione, di grado di appeal dei prodotti e dei servizi offerti .

La missione

Sviluppo economico sostenibile del territorio molisano attraverso la crescita etica-culturale e soprattutto politica per l'integrazione, la concentrazione e l'organizzazione di tutte le risorse in un unico piano di sviluppo pluriennale.

Gli obiettivi

a) ***Creazione di un prodotto vendibile e altamente competitivo*** e di forte appeal in un mercato non solo limitato ai bacini d'utenza importanti e più vicini (Roma, Napoli, Puglia, etc.) ma che si estenda ben oltre i confini nazionali
b) ***Incremento significativo dei flussi turistici***
c) ***Strutturazione ed organizzazione a rete di tutti i soggetti responsabili dello sviluppo territoriale,*** quali Enti pubblici locali, associazioni, operatori privati (recettività, artigianato, commercio, servizi, produzione, etc.)
d) ***Creazione del CSO*** (centro strategico ed operativo) con la funzione di direzione generale di programmazione strategica e di coordinamento operativo
e) Promozione e crescita del senso di appartenenza e d'identità territoriale e ***diffusione di una cultura dell'accoglienza ,*** fondamentale requisito di attrazione e di richiamo per i turisti

Le strategie

1) ***Scelta del turismo attivo* (outdoor sport*) come volano di sviluppo*** per tutte le altre forme di turismo e soprattutto di tutto l'indotto dei servizi e delle realtà micro-produttive tipiche della Regione
2) **Trasformazione dei sentieri, strade provinciali, interpoderali, e di collegamento in sterrato, tratturi, etc. (materia prima)**, **in *una rete di percorsi outdoor sport* (prodotto)** di collegamento tra tutti i siti di interesse naturalistico-paesaggistico, storico-architettonico , classificati per tipologia di attività e per livello di difficoltà
3) ***Creazione ed organizzazione di n°11 microaree*** (centri di coordinamento e pianificazione locale) come centri periferici di responsabilità e centri di spesa settoriali
4) ***Creazione di n° 11 infopoint* di dipendenza diretta organizzativa del CSO** relative alle microaee, e predisposizione di modelli standard di infopoint espositivi e di vendita (indiretti) da allestire su richiesta da parte degli operatori economici affiliati
5) **Creazione *e lancio di due loghi di identificazione territoriale***: uno riferito a tutti i prodotti e servizi prettamente turistici, l'altro per i prodotti food e non food da commercializzare via web, direttamente alla distribuzione come unico pacchetto d'offerta e attraverso gli infopoint abilitati alla promozione e alla vendita diretta
6) ***Programmazione e creazione di eventi*** (in particolare di sport outdoor in abbinamento con gli eventi già esistenti quali feste folcloristi che, ed altro) attraverso i calendari annuali per microarea e pianificazione promozionale integrata (tra le 11 microaree) di sostegno sia nella fase di start-up e sia successivamente a regime ordinario
7) **Predisposizione *di pacchetti turistici standard*** per fasce di prezzo, per attività in formule stanziali o itineranti, con la possibilità di personalizzazione nella programmazione delle giorni di soggiorno
8) **Attivazione di un *Portale Web unico di riferimento***, gestito dal CSO , di informazione e di customer service e di acquisizione ordini e di smistamento

Nella fase di start-up saranno attivate ***partnership con le scuole e con i centri sportivi*** molisani e non , prediligendo quelli ubicati nei bacini d'utenza più grandi. Verranno studiate *proposte mirate promozionali* (moduli di allenamenti mirati agli sport outdoor in abbinamento a week-end e settimane sulla Rete Outdoor Molise) al fine di massimizzare la comunicazione della rete e dei calendari degli eventi.

La rete Outdoor Sport Molise (inizialmente di circa 600 km) così concepita ***sarà la più grande d'Europa*** con un vantaggio competitivo legato alla peculiarità del "prodotto", alla centralità della posizione geografica e dalla numerosità dei bacini d'utenza più vicini. Non è escluso infine che tale modello potrebbe essere un *importante riferimento per attivare partnership anche in altre aree dell'Unione Europea.*

Antonio Venditti +39 346 3616676 avenditti14@yahoo.it - Romeo Flocco +39 329 2508122 romeo flocco@hotmail.com