

Assolowcost "ingaggia" Cisterna, Norma, Segni, Artena, Genazzano e Labico, per investire quasi 50 milioni di euro nel turismo "esperenziale e formativo"

Velletri rimane fuori dal turismo low cost

Tecnologie digitali e web 2.0 sono la nuova frontiera del turismo culturale

A Cisterna, Artena, Norma e a molti altri paesi della zona viene offerta in questi giorni un'opportunità davvero insperata: entrare in un circuito turistico internazionale dalla porta principale. A fare la proposta è Terravision, l'impresa del turismo a basso costo ma di qualità,

tramite Assolowcost, l'associazione che raggruppa numerose aziende che operano nel turismo in Europa, tra cui, ad esempio Ryanair. La proposta è semplice: dare la disponibilità di 200 posti letto per ogni centro storico per accogliere turisti provenienti da tutto il mondo ed inserirsi così in un circuito che vende turismo esperenziale (cioè finalizzato a generare esperienze uniche) legato a borghi tipici, prodotti enogastronomici, beni culturali etc. Ai proprietari delle case del centro storico vengono proposti contratti pluriennali con un minimo garantito, il tutto per portare turisti a 14 euro a notte, permettendo loro di spendere i restanti soldi in gastronomia, botteghe e quanto altro offrirà il territorio. Il piano finanziario dell'azienda prevede un investimento di 40-50 milioni di euro e, visto che l'iniziativa è privata, un guadagno adeguato all'impresa. Oltre al turismo low cost esperenziale, è prevista anche l'attivazione del circuito della formazione di italiani e stranieri. Insomma, l'iniziativa è pensata per generare indotto. Un indotto da cui Velletri risulta per ora esclusa.

LA FRONTIERA DELL'ARCHEOLOGIA: TECNOLOGIA E WEB 2.0

Un'altra proposta interessante che in questi giorni si sta concretizzando, riguarda l'apertura della Borsa Mediterranea del **Turismo Archeologico**: un workshop che dalla metà di novembre si aprirà tra le mura di Paestum. L'iniziativa porterà in quella zona i cinque migliori tour operator (una sorta di top five) di Austria, Belgio, Gran Bretagna, Francia, Germania,



La Torre del Trivio rimarrà "a guardare" lo sviluppo altrui?

Olanda, Spagna e Svizzera. Tra le tante novità della Borsa spicca un più approfondito approccio alle tecnologie digitali e al web 2.0.

“Per cambiare davvero - ha dichiarato Ugo Picarelli, direttore della Borsa -, per puntare sui luoghi della cultura per farli conoscere al mondo partiamo dal web. Costruiamo un pubblico sui social network, così come altri settori fanno da tempo. Così come musei e altri luoghi della cultura stranieri fanno da tempo. In Italia si è cominciato da poco e si fa ancora troppo poco, senza investire mezzi ed energie. Eppure, una presenza assidua e intelligente sul web potrebbe garantire ampia visibilità a costi contenuti. E potrebbe dare una prospettiva d'impiego a molti giovani, in un settore che abbonda di competenze e disoccupazione. Perché bisogna conoscere bene i nostri luoghi e la nostra storia, per promuoverli al meglio sul web. Bisogna essere archeologi, storici dell'arte, architetti, oltre a saper comunicare nel web”.

Luigi Biagi