

## “Costruzione e marketing di prodotti di turismo a piedi”: lo sviluppo rurale in cammino

di *Annalisa Del Prete*

L'esigenza di evadere dalla vita caotica della città e di riappropriarsi del proprio tempo a contatto con la natura e il territorio, negli ultimi anni ha portato alla diffusione dell'escursionismo, che è così passato dall'essere una mera attività ricreativa ad una vera e propria disciplina turistica in grado di generare importanti ricadute economiche sul territorio rurale.

Il crescente interesse verso l'escursionismo e l'offerta turistica ad esso correlata, associata alla consapevolezza che la creazione di un'offerta turistica basata sull'escursionismo e la sua sostenibilità nel tempo richiedono un forte coinvolgimento degli operatori locali, hanno sollecitato la Rete rurale Nazionale, i GAL Maiella Verde e Terre Pescaresi e l'associazione RATI (Rete di Abruzzesi per il Talento e l'Innovazione) a promuovere e organizzare il seminario nazionale “Costruzione e marketing di prodotti di turismo a piedi” che si è tenuto a Guardiagrele, nel cuore del Parco Nazionale della Majella, il 16 e 17 aprile del 2015.

Si è trattato di due giorni di confronto tra esperti di settore, tour operator, operatori locali e GAL su strumenti e attività da utilizzare e intraprendere per la costruzione di un'offerta turistica di qualità basata sull'escursionismo.

I lavori sono stati aperti la mattina del 16 con un'escursione nel Parco Nazionale della Majella lungo un sentiero che conduce all'eremo in cui dimorò Pietro da Morrone (Papa Celestino V): il percorso, di indubbio fascino, non è stato scelto a caso. Esso, infatti, rientra tra le proposte del “Maiella Walking”, un portale di itinerari destinati agli esploratori indipendenti o a piccoli gruppi accompagnati, da realizzare con l'ausilio di un “roadbook” che rappresenta uno dei prodotti del progetto di cooperazione “Cammini d'Europa”<sup>1</sup> di cui i GAL Maiella Verde e Terre Pescaresi sono partner.

Dopo una breve presentazione del progetto “I cammini d'Europa” e delle finalità del seminario, sono stati chiamati ad intervenire alcuni esperti: Stefano Ardito e Angela Serracchioli in qualità di cultori della materia, Cecilia Rocha Mendez e Luigi Lazzarini in qualità di conoscitori del mercato, Angela Nazzaruolo (GAL Delta 2000) e Nicola Gallinaro (GAL GardaValsabbia) in qualità di attori dello sviluppo rurale.

Gli spunti di riflessione trasmessi dagli esperti, sono stati approfonditi dai partecipanti al seminario all'interno di due gruppi di lavoro paralleli diretti ad affrontare le questioni e le problematiche relative alla “Costruzione dell'offerta turistica basata sull'escursionismo” e la “Comunicazione e marketing dell'offerta turistica”.

Nell'ambito del gruppo dedicato alla “Costruzione dell'offerta del prodotto turistico” si è lavorato con l'intento di individuare gli aspetti cruciali e le attività necessarie da mettere in campo per costruire un'offerta di qualità turistica basata sull'escursionismo tenendo conto dell'esistenza di diverse tipologie di camminatori (lunga distanza -pellegrini, della domenica, gli escursionisti esperti, ecc.) che manifestano esigenze escursionistiche differenziate.

Nel corso dei lavori è emerso che il principale problema è rappresentato dall'organizzazione dei sentieri, dal loro equipaggiamento, da quali *facilities* offrire e come mantenere i percorsi tracciati. I sentieri attraversano zone abitate, boschi, specchi d'acqua, aree archeologiche e permettono a chi li percorre di vivere la bellezza e la ricchezza dei territori coinvolti. Per questo motivo, oltre a procedere ad un'attenta mappatura delle aree attraversate, è fondamentale rendere possibile la loro

---

<sup>1</sup> Il progetto “Cammini d'Europa. Rete europea di storia, cultura e turismo” è un progetto di cooperazione realizzato dai GAL Soprip (capofila), Antico Frignano e Appennino Reggiano, Altra Romagna, Maiella verde, Titerno, Terre Pescaresi, Vallo di Diano, I sentieri del buon vivere, Alto Casertano, Terra d'Arneo, Serre Salentine, Taburno, Murgia più, Le Città di Castel del Monte, Colline Joniche e Gargano

fruizione attrezzandole con una segnaletica adeguata e aggiornata. L'itinerario senza le corrette informazioni per l'escursionista è come se non esistesse. Deve quindi essere garantita una segnaletica che "accompagni" l'escursionista lungo il percorso in modo pressoché sistematico.

Tuttavia, nel corso dei lavori è emersa la necessità di differenziare le esigenze dei diversi camminatori. Il pellegrino di lunga percorrenza, che si muove su itinerari di bassa e media quota, infatti, ha bisogno di indicazioni di massima sulle località attraversate mentre è evidente che l'escursionista avventuroso necessita di informazioni più capillari ma anche, e soprattutto, della creazione di ostelli o semplici strutture ricettive in alta quota. Il coinvolgimento degli attori locali diviene quindi fondamentale non solo per la creazione strutture ricettive ma anche per l'attivazione di servizi in grado di rendere agevole la fruizione del percorso. Ma la fruizione del percorso investe tanto i soggetti privati quanto quelli pubblici. La sussistenza di un percorso turistico di tipo naturalistico, infatti, è fortemente influenzata dalla presenza del patrimonio ambientale, storico, culturale che deve essere rispettato e valorizzato. La sua manutenzione spetta agli enti pubblici locali, che possono eventualmente chiedere l'ausilio agli enti amministrativi (regioni, dipartimenti, contee, ecc.) anche se, in molti casi, è sempre più comune il ricorso ad associazioni.

I **servizi** agli escursionisti rappresentano la seconda questione sollevata dai partecipanti al gruppo di lavoro. Il turista escursionista è tendenzialmente alla ricerca di un contatto molto forte con il territorio, con la popolazione, l'enogastronomia, l'ambiente e la cultura locale. I servizi offerti al camminatore devono pertanto essere semplici e autentici: per questo motivo la figura della guida locale assume un ruolo chiave e di mediatore culturale. Questi, quindi, deve conoscere il territorio, il patrimonio storico e naturale e saper guidare il gruppo dal punto di vista logistico ed esperienziale. La disponibilità di guide ben preparate non è quindi un dettaglio trascurabile ma una necessità fondamentale per la definizione dei pacchetti turistici.

Sul tema dei servizi i tour operator hanno più volte sottolineato la necessità di far attenzione ai diversi target a cui il prodotto turistico è rivolto, di includere nell'offerta il servizio transfer e di coinvolgere personale che parla almeno la lingua inglese soprattutto se l'offerta turistica è rivolta al mercato straniero.

Infine, è stata sollevata la questione relativa alla difficile **definizione dei ruoli dei soggetti coinvolti**. L'itinerario escursionistico si snoda lungo vie soggette alle regole dell'amministrazione territoriale di competenza, secondo le funzioni ad essa attribuite. Il primo interrogativo da porsi, quindi, al momento della progettazione di un itinerario è: l'itinerario previsto percorre strade private o pubbliche? Se pubbliche, il transito dei turisti è consentito?

Il quadro legale che disciplina gli itinerari escursionistici può variare da un paese all'altro, in base al diritto vigente sulle aree rurali. Inoltre, va sottolineato che spesso l'escursionismo è un'emanazione dell'alpinismo e gli accompagnatori sono le stesse guide alpine. In Italia, ad esempio, il titolo di accompagnatore di media montagna è regionale, il che comporta numerosi problemi di attribuzione delle competenze, dal momento che, in teoria, al passaggio del confine regionale, la titolarità della guida viene meno.

Nell'ambito del gruppo di lavoro dedicato alla "*Comunicazione e marketing*" è stata affrontata la questione relativa alla diffusione delle **informazioni** turistiche in un contesto in cui il problema non è più l'accesso alle notizie ma la confusione generata dalla molteplicità dei canali informativi e dall'inesattezza dei dati forniti. È evidente pertanto, la necessità, per i tour operator, di intercettare l'attenzione del turista sfruttando il potenziale del 2.0, ma, al tempo stesso, di proporre un prodotto di qualità, in grado di garantire l'affidabilità e l'autenticità delle informazioni presentate.

A tal proposito, è stato evidenziato come la comunicazione costituisca un elemento chiave della promozione, per il turismo in genere, ma in particolar modo per quello escursionistico. Infatti, il turista-escursionista non fruisce semplicemente di un sentiero segnalato ma "consuma" tutta una regione con i suoi paesaggi e la sua identità, gli itinerari più adatti, i servizi e l'ospitalità che

caratterizzano la qualità della sua permanenza sul posto, prima, durante e dopo il soggiorno. Inoltre, il camminatore-tipo, necessita di una certa autonomia, alla quale non vuole rinunciare anche nell'ambito di un pacchetto organizzato. Ciò significa, pertanto, che le informazioni fornite devono essere verificate e aggiornate costantemente e che, ancor più che in altre forme di turismo, la messa a sistema delle notizie risulta vincente. Quanto agli strumenti da utilizzare sono diversi i canali percorribili ma è evidente, che, oltre al sito internet e la brochure è necessario ricorrere ai social network e alle applicazioni sui cellulari.

Per realizzare un efficace azione di marketing è emersa la necessità di mettere a sistema i numerosi attori coinvolti (pubblici e privati) per raggiungere e accontentare l'escursionista/camminatore. È importante quindi per la commercializzazione del prodotto proporre un'offerta diversificata rispetto alle numerose tipologie di escursionisti attraverso un **networking** tra associazioni e i vari operatori del territorio in modo di promuovere il territorio in maniera congiunta.

La partecipazione alle fiere di settore costituisce ancora oggi un valido strumento per presentare i prodotti e coinvolgere altri partner commerciali. Tuttavia, all'interno di queste fiere, offrire un solo prodotto è insufficiente: ecco perché la creazione di una network, anche in questo caso, può risultare vantaggiosa. Inoltre, è stato sottolineato quanto la continuità dei contatti raccolti nel corso degli incontri contribuisca alla sostenibilità degli itinerari proposti.

I due giorni di lavoro si sono conclusi con lo scorrere delle bellissime immagini del social media "Paesaggi d'Abruzzo" realizzato con il contributo degli scatti fotografici inviati da professionisti, dagli abitanti amanti dell'Abruzzo; la bellezza dei paesaggi rappresentati ha evidenziato quanto una buona collaborazione tra i vari attori del territorio sia il miglior volano per lo sviluppo di un territorio.