In Provincia il primo tavolo tecnico sul settore turistico, amministratori e privati al lavoro per realizzare un vero brand della Tuscia

VITERBO – Creare e promuovere il “brand Tuscia”, potenziare l’offerta turistica e fare rete. Sono stati questi i principali concetti emersi stamattina presso la Sala del Consiglio della Provincia di Viterbo, dove si è svolta la prima riunione del tavolo tecnico sul turismo nella Tuscia.

Obiettivo del tavolo, oltre a fotografare la situazione attuale, è soprattutto quello di individuare misure e interventi a supporto della filiera turistica nel territorio della Provincia di Viterbo. Uno sforzo, questo, che deve vedere la collaborazione tra pubblico e privato. Ecco perché all’incontro di stamattina hanno partecipato i Sindaci dei comuni della Tuscia, il Presidente della Provincia di Viterbo Alessandro Romoli e le associazioni di categoria del settore turistico e alberghiero.

Durante l’incontro è emerso come gli ultimi mesi siano stati

caratterizzati da un calo degli afflussi turistici nella Tuscia. Un dato, questo, che è in linea con l'andamento nazionale e che dipende da tantissime variabili esterne, ma che non va comunque sottovalutato.

A questo primo incontro faranno seguito altri, più operativi, per stabilire strategie concrete e misure a sostegno del turismo nella Tuscia. Questa prima riunione del tavolo tecnico ha rappresentato però un primo passo di straordinaria importanza, perché ha permesso di rilevare la disponibilità da parte di tutti i soggetti coinvolti a lavorare insieme per creare un vero brand della Tuscia, originale e identitario, che ancora manca e che va promosso sia in Italia che all'estero.

"La Tuscia è in grado di offrire tanto: turismo d'arte, termale, balneare, esperienziale, sportivo, enogastronomico e business – ha commentato il Presidente della Provincia di Viterbo Alessandro Romoli -. Tutte queste potenzialità devono però tradursi in una precisa strategia e in un'offerta turistica che sia allo stesso tempo organica e concreta. Il brand Tuscia deve avere un costrutto reale e spetta a noi, amministratori e attori privati, realizzarlo".

Marketing turistico al "Paolo Savi" di Viterbo

VITERBO – Si è svolta oggi, venerdì 10 novembre 2023, presso l'Aula Magna dell'Istituto di Istruzione Superiore Paolo Savi di Viterbo, una conferenza dal titolo "Il marketing turistico, dal quadro teorico ai casi di studio nella Tuscia", durante la quale gli studenti delle classi quarte e quinte degli indirizzi Amministrazione Finanza e Marketing, Sistemi Informativi Aziendali, Turismo e Relazioni Internazionali per il Marketing, hanno incontrato esperti del settore turistico.

Dopo i saluti della dirigente scolastica Paola Bugiotti, l'avvocato Cesare Costa ha introdotto i lavori e moderato gli interventi dei relatori. Silvio Franco, assessore allo sviluppo economico del Comune di Viterbo e docente dell'Università degli Studi della Tuscia ha parlato di marketing turistico, illustrando progetti specifici che sono tuttora in fase di realizzazione presso i borghi di Civita di Bagnoregio, Sant'Angelo e Roccalvecce, fino ad arrivare alla città di Viterbo. Angelica Bettini, comproprietaria del Sacro Bosco di Bomarzo, ha delineato la storia del giardino rinascimentale di Bomarzo, nato da un'idea di Vicino Orsini. Giacomo Cepparotti, dottore in management del turismo e della sostenibilità ha portato la propria esperienza di studente prima e imprenditore poi in ambito turistico.

Tutti gli interventi sono risultati di grande interesse per gli studenti, specialmente per coloro che frequentano l'indirizzo Turistico, in quanto si è potuto capire dalla voce di esperti ed imprenditori cosa significa fare marketing turistico, per favorire lo sviluppo economico di un intero territorio, quello della Tuscia, dove si possono trovare

numerosi elementi di interesse che vanno valorizzati, messi in rete e proposti in modo mirato ad un turismo europeo ed internazionale.

“È stata una importante lezione di economia e marketing turistico, gli studenti hanno recepito i contenuti e sono sicura che ne faranno tesoro per costruire un loro futuro lavorativo, dove possano manifestare il loro spirito di iniziativa e imprenditorialità volto alla sviluppo del nostro territorio-afferma la dirigente scolastica Paola Bugiotti-ringrazio l’avvocato Cesare Costa che ha organizzato la conferenza e i relatori che ci hanno dedicato il loro tempo”.

IL MARKETING TURISTICO
DAL QUADRO TEORICO AI CASI DI STUDIO NELLA TUSCIA
PROGRAMMA DEGLI INTERVENTI
PAOLO SAN

Crisi del settore turistico e licenziamenti negli hotel di Roma: i sindacati chiedono

incontro ai ministri Orlando e Garavaglia

ROMA – Le imprese che operano nel comparto del turismo territoriale e nazionale., in particolare nella città di Roma, rischiano di essere travolte dalla crisi. Quello che poteva essere la paura dell'inflazione sta divenendo una reale rischio per la ripresa del Paese e di tutto il sistema turistico, già duramente colpito da due anni di pandemia ed ora dalla guerra tra Russia ed Ucraina, che ha determinato un forte rialzo dei prezzi dei beni energetici come gas, petrolio e delle materie prime, al punto tale, da non consentire alle aziende la continuità operativa e lavorativa di intere strutture turistiche.

Per questo, il Sindacato nazionale CLAS, insieme ai sindacati: UGL, Confsal, USB, CUB e Confintesa, ha chiesto un incontro urgente ai Ministri del Lavoro e del Turismo, Andrea Orlando e Massimo Garavaglia, al fine di rappresentare le necessità e le difficoltà congiunturali. Le misure finora messe in atto dal governo non appaiono sufficienti per salvaguardare i lavoratori del comparto turistico. E' il caso delle procedure di licenziamento collettivo che hanno interessato aziende operanti nelle strutture territoriali di Roma, come, solo per

esempio, i 164 licenziamenti dell'Hotel Sheraton, 51 dell'Hotel Ambasciatori, 41 dell'Hotel Cicerone, 47 dell'Hotel Majestic e 12 all'Hotel Hilton, numeri che bastano da soli a rivelare la terribile crisi che ha colpito il settore del turismo, cosi come discusso ai lavori del Tavolo sul Turismo nella Capitale.

Visto l'elevato numero delle maestranze coinvolte e fortemente preoccupati per la salvaguardia occupazionale, contrattuale e salariale dei lavoratori, i sindacati interessati hanno quindi chiesto di essere ricevuti.

"L'Attuale difficile condizione di crisi si è riversata sui lavoratori del comparto turistico, che negli ultimi tempi ha visto falcidiare l'occupazione attraverso procedure di licenziamento collettivo, basti pensare che solo nella Capitale sono oltre 340 i lavoratori coinvolti da procedure espulsive, mentre considerando l'indotto si arriva a superare 8.500 posti di lavoro a rischio – afferma il presidente nazionale di Sindacato CLAS, Davide Favero – Servono interventi normativi urgenti finalizzati alla continuità delle attività turistiche e per impedire che questa crisi possa essere utilizzata come eventuale pretesto per licenziare lavoratori e assumerne altri a condizioni contrattuali ed economiche diverse. Se così fosse ci attiveremo per impedire strategie di questo genere".

Covid-19, Lupoi (Studio Speri): "Rilanciare settore

turistico-alberghiero con progetti green, innovazione e liquidità”

ROMA – “Gestione ‘green’ dei progetti di costruzione degli immobili, investimenti orientati all’innovazione e una forte iniezione di liquidità. Sono i punti principali sui quali ritengo che il settore dell’edilizia, in modo particolare nell’ambito turistico-alberghiero, debba puntare per rilanciarsi verso nuove prospettive di sviluppo quando si comincerà ad uscire dall’emergenza”. E’ quanto dichiara l’architetto **Francesco Lupoi, Partner dello Studio Speri**, a proposito della crisi che sta investendo il settore delle costruzioni a causa del Covid-19.

“Nel post Coronavirus – **sottolinea Lupoi** – sarà necessario pensare a una nuova concezione del progettare e del costruire, facendo ricorso a tecnologie all’avanguardia in grado, ad esempio, di supervisionare i cantieri a distanza sfruttando le potenzialità del software BIM, Building Information Modelling, dove si può confrontare l’avanzamento del progetto reale con il programmato, integrando in un unico modello digitale tutte le informazioni utili. Ciò dovrà avvenire in un’ottica di sostenibilità ambientale e di vivibilità degli spazi, che dovranno essere creati tenendo conto sia delle aree verdi disponibili sia delle norme di prevenzione attuate contro la

diffusione del virus, come il distanziamento sociale”.
“Con la pandemia sono entrati in crisi tutti i settori produttivi e quello delle costruzioni è in grande difficoltà, con una drammatica paralisi del 95% delle imprese. A preoccupare è soprattutto il comparto alberghiero. Proprio questa crisi può però essere il punto di partenza per avviare diverse strategie di costruzione, volte a soddisfare i nuovi target di mercato che si stanno ridefinendo. Ci si dovrà orientare verso strutture ricettive eco-sostenibili, più solide sotto il profilo tecnologico e attente alle esigenze dei clienti, rafforzando anche gli easy check-in e ripensando totalmente gli spazi per buffet, oggi non più accettabili, sulle aree F&B Food and Beverage” **conclude**.