Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Liguria

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

Un progetto per valorizzare Porto Venere dell'Università di Milano Bicocca

notizia pubblicata **31 Ottobre 2016** alle ore **11:13** nella categoria **Turismo**

E' stato presentato un progetto per la valorizzazione turistica di Porto Venere, realizzato dagli allievi del Master in Tourism Sales Management dell'Università di Milano Bicocca con l'ausilio della docente Laura Gavinelli e sostenuto dal Comune e dal Grand Hotel Portovenere.

A descrivere le varie fasi del piano sono stati sei giovani relatori che hanno fatto da portavoce anche per gli altri colleghi che sono stati impegnati nella ricerca. Con il sostegno degli esercenti, della Pro Loco e dell'assessorato sono state raccolte le prime informazioni di base. Nel corso di un sopralluogo è stata svolta un'indagine sui turisti (campione di 91 soggetti).

Gli allievi hanno poi costituito 3 gruppi di studio e ognuno ha svolto ulteriori approfondimenti secondo le esigenze. Dopo la mappatura, che ha compreso l'analisi di voci come morfologia, trasporti e accessibilità, comunicazione sul web, sono stati identificati opportunità, punti critici e minacce. Quindi i gruppi hanno formulato le ipotesi di posizionamento strategico dell'offerta turistica, ambientalmente sostenibile, formulando anche i relativi pacchetti, Love e Motion e Sport Wellness.

In sintesi, Porto Venere è percepita come località di mare dove vivere vacanze in relax, facendo attività sportiva, e come location molto romantica. Su questi temi si dovranno fare progetti di eventi, organizzazione (per esempio parcheggi, orari dei servizi ecc.), brand. In proposito, gli studenti hanno fatto anche uno studio di naming per poter riassumere in un unico concetto le tipicità del luogo, tra mare,

artigianato, natura e cucina. Fondamentale dunque la sinergia tra pubblico e privato.

Il direttore Grand Hotel Portovenere Antonio Polesel, ha posto l'accento sulla necessità di professionalità nel turismo. "È finita l'epoca in cui si iniziava a 16 anni e ci si faceva strada con la pratica. Oggi le grandi catene sono tutte all'estero? e hanno a disposizione super manager che escono dalle migliori università. Questi sono i nostri competitor. È urgente un cambiamento di mentalità. Noi permettiamo che i turisti sporchino e lascino rifiuti ovunque, poi appena possiamo li freghiamo o comunque non li accogliamo bene. E siamo i primi a non rispettare le nostre città".

"È chiaro – ha concluso Francesco Sottosanti, direttore nazionale di F.T.O., Federazione Turismo Organizzato di Confcommercio – sponsor del Master – che Porto Venere non è una meta generalista, per tutti. Dobbiamo scegliere a chi rivolgere l'offerta e con quali motivazioni ragionando non sulle limitazioni ma sulle potenzialità. E su questo sviluppare lo storytelling, la comunicazione".