

Brand turistico della Provincia di Catanzaro, la CCIAA prosegue il percorso per la nascita della destinazione



Prosegue il percorso definito dalla Camera di Commercio di Catanzaro per la costituzione di un brand turistico unico dell'intera provincia. Il progetto, avviato ufficialmente nel 2020 ma che ha risentito dei limiti imposti dalla pandemia, è sostenuto direttamente dall'Ente camerale con un impegno di spesa triennale e con la collaborazione dell'Istituto Nazionale di Ricerca sul Turismo (Isnart).

Proprio Isnart, dopo aver già effettuato un'indagine attraverso i dati presenti sulla piattaforma Turismo Big Data, nelle prossime settimane, avvierà l'analisi statistica e qualitativa sulle imprese del territorio attraverso una serie di indagini in loco.

Intanto, dopo che già nei mesi scorsi 42 degli 80 Comuni della provincia erano stati coinvolti dalla Cciaa, martedì si è tenuta una serie di incontri con i sindaci, i loro delegati e i rappresentanti di associazioni culturali attive sul territorio per avviare la ricognizione puntuale degli "attrattori" (culturali, sportivi, naturalistici; materiali e immateriali) di cui i Comuni dispongono.

«Abbiamo inteso sovvertire la tradizionale impostazione dell'attività che di solito viene svolta, alle nostre latitudini, quando si parla di brand turistico. Siamo così partiti dal lavoro più complesso ma fondamentale di mappatura delle risorse della provincia. Un lavoro che dovrà essere scrupoloso e dettagliato, in cui il ruolo degli Enti locali e degli operatori già attivi è determinante», ha spiegato il Commissario straordinario della Camera di Commercio di Catanzaro **Daniele Rossi** che ha partecipato alle riunioni con i sindaci assieme al segretario generale dell'Ente **Bruno Calvetta** e al team camerale che cura l'iniziativa.

È così ufficialmente iniziata la seconda fase del progetto legata alla raccolta delle informazioni che confluiranno nella piattaforma informatica SIMOO (acronimo di Sistema Informativo Mappa delle Opportunità e delle Offerte).

Sviluppata da Isnart con Reveal, spin-off della facoltà di Ingegneria dell'Università di Roma Tor Vergata, la piattaforma, già da tempo, raccoglie e organizza sul territorio nazionale, attraverso una serie di algoritmi, gli attrattori turistici e i servizi offerti dai privati nelle loro vicinanze.

Grazie alla realizzazione in tempo reale di grafi, poi, l'analisi quali-quantitativa dell'offerta turistica permette di individuare con precisione i punti di forza e di debolezza di tutta la filiera. Sulla base di queste informazioni, quindi, può essere strutturata l'offerta in base a itinerari omogenei, nicchie di mercato da sviluppare secondo uno specifico piano strategico, esperienze turistiche e vocazioni dei territori. Nel progetto, inoltre, sono previsti anche percorsi di formazione specifica a cura della Camera di Commercio per gli operatori del settore a valle dell'analisi dei dati raccolti sulla piattaforma relativa ai punti di debolezza del comparto.

«Contiamo di allargare a breve il progetto a tutti i Comuni della Provincia perché ogni realtà ha qualcosa da raccontare,

da mettere in mostra. La risposta che abbiamo ottenuto sinora in termini di entusiasmo e partecipazione da parte degli Enti già coinvolti ci stimola ulteriormente a proseguire su questo percorso.

Il piano d'intervento punta alla costituzione di un'unica destination management organization che coordini per l'area provinciale tutta l'attività di costruzione dell'offerta, l'immagine e la comunicazione, nonché i rapporti con gli operatori turistici e quindi con il mercato al fine di promuovere, in maniera strutturata e organizzata, la destinazione Provincia di Catanzaro.

Il fine connesso, quindi, è di indurre e sostenere la creazione di distretti turistici che siano omogenei e coordinati nella promozione e nella presenza sul mercato seguendo il percorso già tracciato da esempi virtuosi come la Riviera e i Borghi degli Angeli.

È certamente un obiettivo ambizioso, ma è un compito che la Camera di Commercio può, deve e vuole svolgere, anche per superare alcuni limiti burocratici e politici che a volte rallentano lo sviluppo e il confronto tra le realtà locali. Vogliamo cogliere tutte le opportunità disponibili grazie al sistema camerale e alla Legge Regionale sui distretti turistici, sulla quale mi auguro sia previsto un ulteriore rafforzamento», ha concluso Rossi.