



TREVI NEL LAZIO - Con delibera n.147 del 19 dicembre 2011, il Comune di Trevi Nel Lazio ha nominato un consulente del turismo conferendogli l'arduo compito di rilanciare entro 9 mesi dalla nomina, il turismo di Trevi Nel Lazio. Il progetto presentato dal consulente, si focalizzava su 5 punti: realizzazione di un piano marketing, attività promozionale turistica con l'inserimento, attraverso uno spazio dedicato, delle caratteristiche del territorio comunale all'interno del portale www.italianemotion.it (tra l'altro non funzionante), organizzazione di un convegno, attività di formazione turistica, creazione di una cooperativa di gestione dei servizi turistici ed inserimento nei circuiti turistici nazionali ed internazionali, e dar vita a gemellaggi culturali nazionali ed internazionali. A quasi un anno di distanza dal conferimento dell'incarico ed a quasi 3 anni dalla vittoria amministrativa della gestione Schina, si è giunti alla presentazione il prossimo sabato (10 novembre) del convegno di presentazione del Piano Turistico presso il Castello Caietani a Trevi Nel Lazio. L'incontro al quale presenzieranno gli amministratori trebani, il consulente incaricato, illustrerà le strategie del rilancio turistico prendendo ad esempio il Comune di Sperlonga, che di certo a poco da condividere in termini di somiglianza con quello di Trevi. Critiche articolate sono state poste dagli operatori commerciali del Comune di Trevi. «Partendo dalla considerazione che un piano di marketing turistico è strutturato in due parti principali -commentano gli operatori commerciali- dedicate all'analisi della situazione esterna ed interna all'impresa (quale punto di riferimento della vitalità di un territorio), queste due parti sono completate da una parte operativa, che delinea le diverse fasi del marketing e i suoi strumenti. L'analisi della situazione esterna all'impresa considera la situazione socioeconomica e il mercato. L'analisi della situazione interna all'impresa considera le capacità operative e le risorse disponibili con il coinvolgimento delle realtà locali. La parte operativa del piano è dedicata alla definizione degli obiettivi dell'azione di marketing, del budget di marketing, ecc... La parte più significativa di un piano di marketing è quella dedicata all'analisi della domanda e della concorrenza, importante per capire l'evoluzione della domanda turistica. Quest'analisi considera anche il grado di attrazione turistica dell'area geografica in cui l'impresa è localizzata. Molti si chiedono come può un piano marketing costato al Comune di Trevi Nel Lazio € 10.000, e tutt'ora in stato embrionale, crescere se non ha elementi per farlo? mancano i servizi da poter

Trevi nel Lazio, critiche degli operatori al Piano Turistico che sarà presentato dall'Amministrazione

Scritto da Danilo Ambrosetti

Giovedì 08 Novembre 2012 09:28 -

offrire al turista, manca l'aggregazione sociale del paese non esiste neanche una Pro Loco che in ogni paese è alla base di una promozione turistica locale e neanche altre associazioni. Un piano marketing turistico ha la finalità di incentivare e far emergere le qualità presenti e le potenzialità nascoste di un territorio, ci vuole un prodotto di fascia alta, un paese rinnovato con servizi sempre più efficienti. Occorre investire a Trevi, -concludono gli interessati- anche in una stagione di grande incertezza. Ma questo territorio, se pubblico e privato sapranno avere unità di intenti, riusciranno ad essere vincenti anche rispetto ad altre località turistiche».