

RURAL TARGET CAMP

Op.19.2.1 1.2.1 "Attività dimostrative e azioni di informazione" GAL Terre di Argil

Relazione di chiusura lavori del convegno del 27/06/2022

"Efficientamento e competitività, migliorare la produzione e rafforzare l'appeal"

Indubbiamente la sempre maggiore consapevolezza/coscienza ambientale assume un ruolo crescente nelle motivazioni e nelle preferenze dei turisti rurali, che cercano non solo alloggio, ma, soprattutto, per le attività complementari legate al turismo naturalistico (ecoturismo, turismo ornitologico, centri di educazione ambientale, astroturismo...), attività fisica all'aria aperta. -attività sportive o altre iniziative incentrate sulla cultura rurale (gastronomia, feste popolari, scuole agricole...)

Altre esperienze hanno invece puntato sul recupero del passato e su una presentazione attraente e fruibile grazie a servizi innovativi, o ancora hanno rinnovato forme modalità del passato - il prototurismo rurale come la balneoterapia e l'escursionismo-, mentre all'aumentare della segmentazione della domanda, corrisponde una crescita di utenti della terza età i segmenti di domanda di età più avanzata e con nuove esigenze, soprattutto in relazione alla qualità delle strutture; come è sempre - correttamente - maggiore l'attenzione e l'offerta di servizi e strutture fruibili anche da persone con disabilità.

Da quest'ultimo punto di vista interessante evidenziare come durante la giornata laboratoriale del 27 sia emersa - grazie soprattutto ai contributi di alcuni partecipanti al convegno - come nel territorio del GAL Terre di Argil molto si deve ancor fare per garantire un'offerta turistica con servizi/attività per persone con disabilità di valore, almeno, discreto. Per ulteriori approfondimenti vi rimandiamo al video report della giornata che troverete prossimamente sul sito di Lazio Rurale. In questo abstract riteniamo interessante far emergere e condividere l'ipotesi/proposta emersa riguardante l'aggregazione dell'offerta di servizi, così da poter coinvolgere professionisti, operatori servizi terzi atti ad incrementare la gamma e la qualità dei servizi e delle attività dedicate a questa specifica utenza.

La strutturazione di una rete di imprese, aziende del territorio che condividono ed offrano ai potenziali utenti servizi, supporto ed attività. Un'offerta i cui costi di investimento non potrebbero essere supportati da una sola realtà- E, soprattutto, un'offerta che presentata da un solo operatore risulterebbe scarsamente impattante, poiché . quando parliamo di turismo rurale - risulta ancora più cruciale il paesaggio, l'area, il sistema territoriale in cui l'impresa è inserita.

Praticare ed offrire un'offerta qualitativa per il turismo rurale richiede, indispensabilmente, di relazionarsi. anzi, essere motore e nodo delle reti e del tessuto che sottende il paesaggio in cui l'impresa si trova.

Questa condizione è basilare per immaginare e realizzare un'offerta turistica rurale qualitativa ed intelligente. La dimensione, le infrastrutture, i flussi, la modalità di fruizione che caratterizzano ed animano il turismo rurale rende necessario progettare e praticare strategie ed offerte declinate su scala sovralocale, a geometria variabile ed in termini intra-settoriali e con un'offerta plurale e pienamente espressiva e calata sul paesaggio, sull'heritage e sulla dimensione socio-culturale contemporanea ed immanente.

Ossia su una strategia sistematica ed articolata in vari livelli istituzionali. Un percorso bottom up che risponde a quelle che dovrebbero essere le traiettorie e gli obiettivi della programmazione LEADER ed il ruolo dei GAL; che troppo spesso vengono considerati come "appendici istituzionali" ideate per finanziare qualche agriturismo la cui pratica è seguita da un bravo tecnico o erogare risorse "a chiamata" per gli enti locali.

Le attività ricreative all'aria aperta, a contatto con la natura e con la ricchezza enogastronomica e culturale del mondo rurale, stanno generando numerose fonti di occupazione e diversi servizi.

Allo stesso modo, molte strutture ricettive scommettono sul turismo del benessere e adottano la filosofia del viaggio lento e del turismo esperienziale per attirare i turisti che preferiscono viaggiare più lentamente, senza fretta, pensando di più al proprio benessere e al godimento di esperienze memorabili.

Allo stesso tempo, l'offerta si è specializzata per coprire nuovi segmenti di domanda emergenti che ricercano una proposta di soggiorno più personalizzata o adattata a esigenze specifiche come il turismo pet-friendly per animali domestici, l'alloggio per il turismo equestre o il turismo attivo nella natura.

Sempre maggiore - e questo è stato posto con forza e determinazione all'attenzione della struttura tecnica del GAL da Luigi Franceschi (sia attraverso la relazione di apertura, sia in alcuni suoi successivi interventi) e da alcuni utenti - è il peso ed il ruolo del cicloturismo. Un'offerta esplosa proprio in quest'ultimo anno - anche come effetto della pandemia - ma che anche nei prossimi anni crescerà in modo vertiginoso. E sarebbe importante che un territorio, come quello del GAL Terre di Argil, cominciasse ad affrontare in termini diffusi e con prospettiva la necessità di rendere il territorio fruibile ed attrattivo per i ciclo-turisti.

Importante inoltre sottolineare come stiano emergendo con forza prodotti estremamente funzionale ad innalzare il tasso di occupazione giovanile, come i programmi multiavventura e gli skill games (campi giovani, offerte per gruppi in complessi turistici, incentivi, outdoor training e team building, parchi avventura, ecc.). Ossia servizi che richiedono capitale umano caratterizzato da attitudini sportive, competenze tecnologiche, skill e propensione alla creatività.

Non c'è dubbio che per le zone rurali si aprono grandi opportunità di creazione e miglioramento dell'occupazione; la capacità di cogliere tali opportunità dipenderà da quanto il territorio o l'offerta turistica rurale dello stesso si adatteranno a queste nuove tendenze; e, soprattutto, alla capacità di sviluppare azioni pianificate di comunicazione e marketing, nonché processi di digitalizzazione delle imprese ed ecosistemi digitali in grado di fornire agli utenti un paino integrato e dettagliato dei servizi, delle attività, dell'heritage ecc che il territorio offre.

Ciò anche in considerazione del fatto che i turisti rurali preferiscono sempre più la prenotazione e la gestione online dei propri soggiorni.

E a questo punto risulta centrale e dirimente il ruolo e la capacità delle pubbliche amministrazioni, che dovranno essere sintesi, dinamo ed architrave di tali processi.

Relazione realizzata con il contributo di relatori e correlatori e coordinate dal soggetto sviluppatore