

È un fenomeno abbastanza nuovo, ma ormai in piena espansione

# Turismo congressuale: bassa stagione addio

■ Bassa stagione addio. Il turismo congressuale, quello che accompagna le grandi manifestazioni fieristiche, gli incentives, i viaggi premio che le grandi aziende forniscono ai dipendenti più produttivi, hanno costretto gli operatori del settore turistico ad attrezzarsi anche in quei periodi che fisiologicamente vengono trascurati dal turismo di massa. È un fenomeno relativamente nuovo, ma ormai in piena espansione, un vero e proprio business. Un fenomeno al quale gli operatori italiani non potevano restare indifferenti. È così di regione in regione, trovano località e strutture attrezzate a sostenere questa nuova migrazione turistica, sia nazionale che estera. È proprio in questi giorni a Firenze si svolge la *Borsa internazionale del turismo congressuale*. Vi prendono parte operatori di tutto il mondo, le più grandi aziende

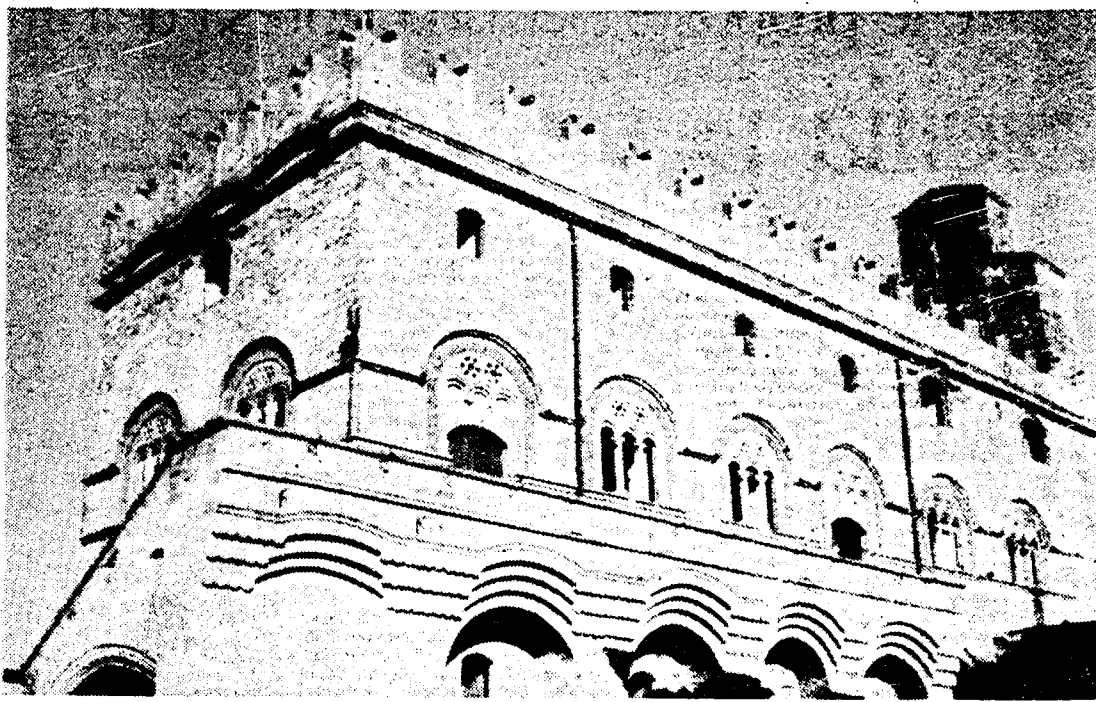
del settore, come Alitalia e l'En, ed anche l'Ente nazionale del turismo. Non poteva mancare la Regione Toscana, «È il più importante appuntamento nel nostro paese, e di rilevanza internazionale», spiega il dott. Luciano Panci, dell'Assessorato al Turismo. Operatori del settore, strutture alberghiere, agenzie di viaggio trattano un prodotto ormai diffuso. E la Toscana rappresenta in Italia una delle mete preferite, in particolare per gli incentives. Unisce infatti le proprie bellezze artistiche e paesaggistiche alle organizzate strutture turistiche. E anche la Regione si è attivata, avviando i *Convention Bureau*, meccanismi sinergici tra le varie strutture del settore.

Fenomeno dilagante sulla riviera romagnola, con Rimini, Ravenna e Cesenatico in evidenza. Ma in genere investe tutta l'Emilia Romagna. Per questo è stata creata una strut-

tura apposita, l'Agetur, che in collegamento con l'Osservatorio regionale fornisce ogni tipo di informazione e supporto riguardante il settore turistico. Un fenomeno di tali dimensioni che ha spinto le due maggiori organizzazioni turistiche, la CoopTour e l'Ente di promozione alberghiera, fino a poco tempo fa in concorrenza, a raggiungere un accordo comune, per ottimizzare la risposta di fronte all'aumento della domanda. Proporzioni che hanno costretto lo stesso ente pubblico ad adeguarsi. L'Agetur dovrebbe diventare una Spa, in grado in un futuro prossimo di fornire il Club di prodotto, l'unione di tutti gli operatori impegnati nello stesso appuntamento congressuale al fine di superare la ancora esistente frammentazione delle oltre 4500 strutture alberghiere presenti nella regione. In Romagna esiste inoltre la categoria più alfezionata. Sal-

somaggiore Terme è infatti appuntamento fisso per i congressi medici. Ma la riviera adriatica non è più soltanto Romagna. Il fenomeno del turismo congressuale ha cominciato ad investire anche l'Abruzzo, anche se con le dovute differenze. Negli ultimi anni sono diventate mete di meeting e congressi Montesilvano e Pescara. Ed anche qui la Regione va attrezzandosi varando programmi annuali di incentivazione per i periodi di bassa stagione. Santa Margherita, San Remo, Genova. Sono i centri più attivi della Liguria in questo settore. Esistono tre consorzi che operano nelle attività congressuali: il consorzio di San Remo, di Genova e la Portofino Coast. L'obiettivo è quello di minimizzare le stagionalità espandendo il tempo turistico. E la stessa Regione Liguria offre il proprio contributo, insieme

agli operatori turistici, nel curare l'immagine e la commercializzazione del prodotto ligure. A questo si deve la partecipazione della Regione all'Ine di Chicago e al Eibim di Ginevra, appuntamenti centrali in Europa. Concludiamo il nostro viaggio nel mondo del turismo congressuale in Sicilia, dove Taormina, Palermo e Cefalù rappresentano le mete più ambite. Ma l'unico punto veramente organizzato è il Centro di cultura scientifica Ettore Majorana di Erice. Da trent'anni il centro è in attività e può annoverare un cospicuo numero di presenze. Nel complesso il prodotto italiano va benino anche fuori il territorio italiano. E certo che lo sforzo deve essere indirizzato nel tentativo di coinvolgere il maggiore numero di strutture in modo da fornire un prodotto di qualità.



## PALAZZO DEL POPOLO CENTRO CONGRESSI ORVIETO Piazza del Popolo 05018 Orvieto

**Proprietà:**  
Comune di Orvieto

**Gestione:**  
Assessorato al Turismo, Divisione Orvieto Convention Bureau

**Responsabile:**  
Maurizio Ferrante

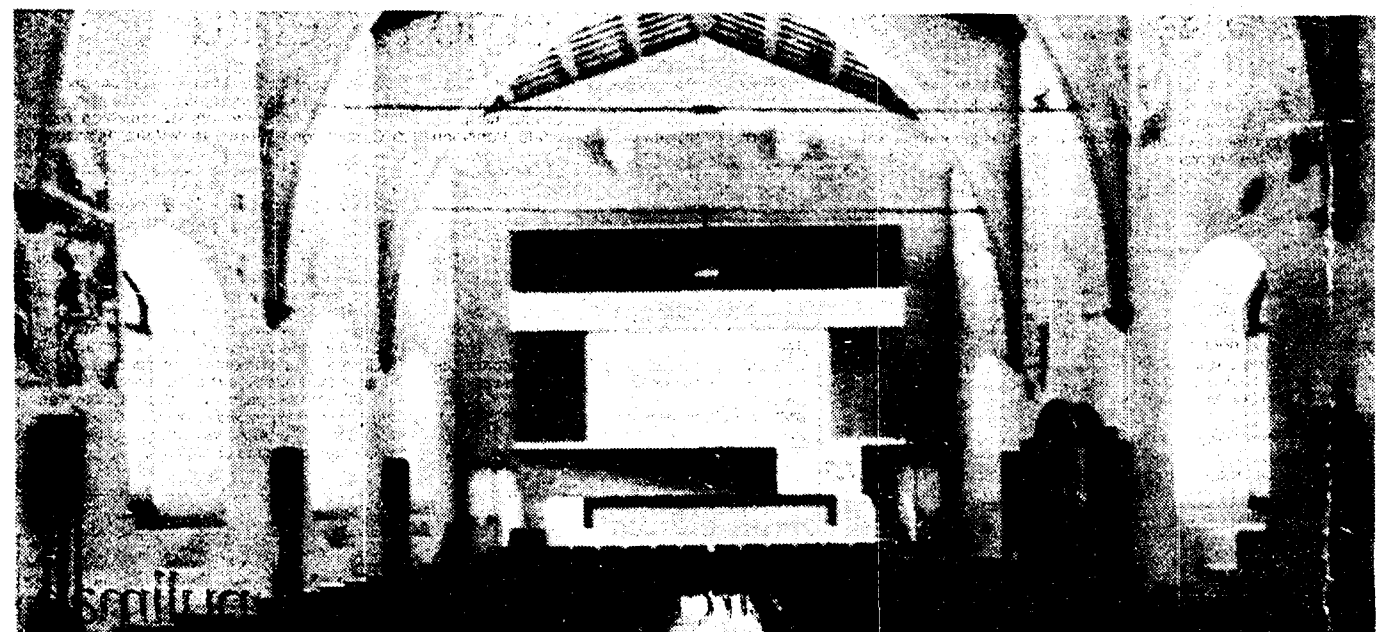
Segreteria 0763/41422  
(Assessorato al Turismo)  
Palazzo del Popolo  
0763/44644-44645  
Telefax: 0763/44611  
Telex: 660054 Popoio I

SALA	UBICAZIONE	POSTI	DIMENSIONI
Sala dei 400	Piano 1°	400	m. 30 x 13 - h. m. 15
Sala Expo	Piano terra	250	m. 22 x 10 - h. m. 9
Sala Etrusca	Piano inferiore	150	m. 15x 10 - h. m. 2,80

La Sala Etrusca è divisibile in tre salette tramite pareti mobili insonorizzate: è dotata di impianti audiovisivi e collegata alla Sala dei 400 tramite TV CC.

La Sala Expo dispone di accesso dal livello stradale con 3 porte di m. 1,40 x h. m. 2,20.

**Parcheggio:** Piazza del Popolo - 150 vetture  
Piazza Vivaio - 50 vetture



## Ghirelli: Umbria crocevia di cultura

■ L'Umbria è da anni terra di «grandi manifestazioni culturali»: da Umbria Jazz, ormai mitica vetrina mondiale del jazz, all'ultima nata: Todi Festival, che ha già saputo conquistarsi l'apprezzamento del pubblico e dei critici. C'è poi il prestigioso Festival dei due Mondi di Spoleto, la Sagra musicale umbra, il Festival di musica da camera di Città di Castello, Segni barocchi a Foligno, fino ad arrivare ad Umbriafiction. Un cartello di tutto rispetto per una regione piccola come l'Umbria. Tali iniziative hanno ormai affermato questa regione come «crocevia» non solo di grandi eventi culturali, ma anche del dibattito che essi determinano. Non è un caso però che tutto ciò sia avvenuto. Certo, l'Umbria è, per sua fortuna, uno scenario naturale che ben si presta a simili eventi, ma c'è dietro questa filosofia una precisa strategia politica che in questi anni hanno seguito le istituzioni locali umbre, spesso però da sole, senza il conforto del governo», abbiamo chiesto al presidente della Regione Umbria, Francesco Ghirelli.

«È vero - dice Ghirelli - negli ultimi anni la politica governativa ha ulteriormente ridotto la già bassa incidenza delle risorse impegnate nel campo culturale in rapporto al prodotto interno lordo, collocandoci agli ultimi posti in Europa. Ma la nostra azione politica si è sviluppata e si svilupperà innanzitutto per riaffermare la centralità dell'investimento culturale come risorsa fondamentale per il progresso e l'ammendamento com-

plessivo dell'Umbria».

Presidente Ghirelli, spesso lei ha fatto riferimento al concetto «cultura come risorsa». Perché, e come, la cultura può rappresentare anche una risorsa economica?

«Questa regione è stata ed è luogo di grandi manifestazioni, di eventi nel settore dello spettacolo e sede di prestigiose istituzioni culturali che le hanno conferito rilievo internazionale. Questo settore ha un'elevata potenzialità produttiva, sul piano economico e per il miglioramento della qualità della vita. Basta soltanto pensare al flusso turistico che tali eventi determinano, oppure al «ritorno» d'immagine che l'Umbria riceve dalla singolare promozione di questi eventi. Ma al tempo stesso però debbo sottolineare che tutto ciò pone il problema di un rapporto che permetta una forte autonomia culturale e artistica. Il patrimonio storico-artistico, culturale e ambientale di cui dispone l'Umbria è una delle più importanti risorse, esso ci permette di immaginare un corretto rapporto tra cultura ed economia, tra salvaguardia del territorio e pubblico godimento. Il bene culturale è quindi una risorsa polivalente. In questo ambito, l'Umbria, lo ripeto, ha tratto giovamento da un notevole sviluppo del turismo. Per l'Umbria, per le sue caratteristiche di piccola dimensione territoriale, le risorse della cultura, dello spettacolo, i beni storici, artistici e ambientali sono un patrimonio su cui si può fondare la sua identità nell'Europa delle regioni».

«E invece c'è una sorpresa. Il segreto (per nulla nascosto, vista la sua natura) si chiama «Centro Feriastico Regionale Lodovico Maschiella», una enorme struttura espositiva di rilevanza nazionale, (una delle più importanti del centro-sud), che incessantemente propone appuntamenti non solo per gli addetti ai lavori, ma anche per gli appassionati e i cultori di singoli interessi, hobbies, attività ricreative, cul-

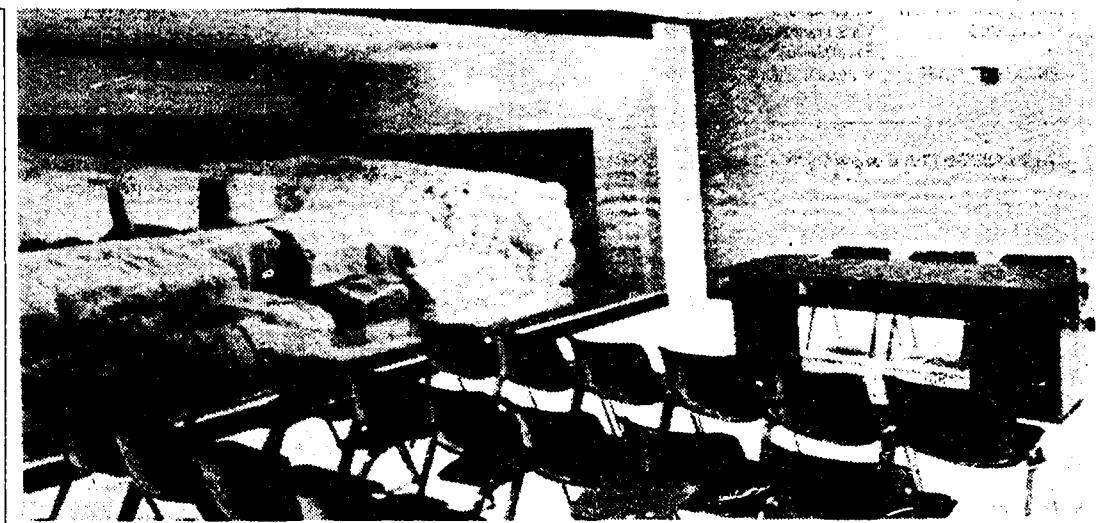
## Magione turismo «buono» sul Trasimeno

■ Magione, presidio orientale del lago Trasimeno. Dalla valorizzazione del lago e del territorio circostante la comunità locale trae le occasioni (e le speranze) per il proprio sviluppo.

«Uno sviluppo - ci tiene a premettere il sindaco Bruno Ceppitelli - basato sul rispetto del nostro ecosistema, sulla valorizzazione e non sul consumo delle risorse ambientali, sulla programmazione degli investimenti per evitare dannose congestioni. Il «progetto-turismo» elaborato alcuni anni fa, un'equilibrata programmazione urbanistica, l'impegno della Regione attraverso i fondi Pim, lo sforzo degli operatori turistici del Trasimeno, hanno permesso di raggiungere risultati significativi. La presenza alberghiera ed extra-alberghiera nel comprensorio è passata dalle 400.000 unità dell'88 alle 600.000 di quest'anno. Le strutture ricettive del lago hanno aumentato il loro potenziale di ospitalità, oltre alle qualità dei servizi. Sono aumentate le opportunità per rimanere nel territorio, attraverso gli itinerari turistici, nuove occasioni di svago, collegamenti più puntuali con i centri storici caratteristici dell'Umbria. «Manca ancora però - sottolinea con rammarico Ceppitelli - il Centro Servizi di San Feliciano, una struttura avviata, ma che trova inspiegabilmente le avversità del ministero dei Beni Ambientali». L'ambiente del comprensorio del Trasimeno comunque non ha subito, da questo processo di sviluppo, alterazioni o stravolgimenti. Tra le preoccupazioni fondamentali, per l'immediato futuro, c'è ora la stabilità del livello delle acque del lago le cui oscillazioni sono ormai incompatibili con lo sviluppo del settore turistico e con la difesa ambientale. Assieme a questo, una nuova politica aziendale delle imprese turistiche, mirata alla promozione: «Marchio di qualità totale» del territorio e una ragionata politica dei prezzi. «Superando le spinte particolari - conclude con fiducia il sindaco di Magione - possiamo trasformare questa attività, «spontanea» fino a qualche anno fa, in una vera e solida impresa di sviluppo».

convegni sulla produzione zootecnica, ma anche sui consumi e l'alimentazione. Una curiosità: qui, durante una gara tra alimentaristi, è stata tagliata la fetta di prosciutto più lunga del mondo (9 metri e 66 centimetri!). Ma gli appuntamenti sono veramente tanti e per tanti gusti diversi: da Fish Umbria (a gennaio), dedicata alle tecniche e alle attrezzature per la pesca sportiva (con gare internazionali di pesca sul Trasimeno), alla prestigiosa Mostra Nazionale dell'Antiquariato di Assisi (ospitata dal Centro Feriastico nel mese di aprile), ad Umbria Motor Show

(maggio), al concorso Ippico Nazionale (19-21 novembre), passando per la Mostra Cinofila Nazionale (febbraio), la Mostra Ornitologica di ottobre, importanti rassegne come Expo-Casa (marzo-aprile), Expo-Ufficio e - per concludere - Expo-Regalo, idee originali per le strenne natalizie. Per gli appassionati e per gli operatori specializzati Bastia Umbra e il suo Centro Feriastico sono dunque tappe obbligate. Ma anche per il turista che viaggia sulla rotta tradizionale Perugia-Assisi possono essere occasioni di accattivanti sorpre-



## Ad Orvieto si punta sulla qualità

■ Ad Orvieto il turismo svolge un ruolo di notevole importanza.

Oltre un milione, infatti, sono i turisti che, ogni anno, visitano la città del Duomo. Molto meno numerosi, però, sono coloro che trascorrono almeno una notte presso gli esercizi alberghieri cittadini. Il turismo orvietano, cioè, è prevalentemente di passaggio e ciò limita il contributo che esso può fornire allo sviluppo economico locale. Pertanto uno degli obiettivi prioritari che sia le amministrazioni locali che gli operatori privati tentano, da tempo, di perseguire è l'incremento della permanenza del turismo che si indirizza verso Orvieto.

Si cerca, quindi, di favorire soprattutto lo sviluppo di un turismo di qualità. In questa ottica si inserisce la decisione di puntare fortemente sul turismo congressuale.

Nel 1991, infatti, ha iniziato la propria attività un moderno Centro Congressi, realizzato in un edificio storico del XIII secolo, il Palazzo del Popolo.

I lavori di ristrutturazione del Palazzo, durati alcuni anni, hanno comportato

una spesa di oltre 5 miliardi di lire e hanno consentito di dotare la struttura congressuale orvietana di attrezzature all'avanguardia dal punto di vista tecnologico e di mantenere inalterata la bellezza artistica dell'edificio (sono anche venuti a luce dei reperti archeologici, risalenti al periodo etrusco, di notevole interesse e che sono visibili ai convegnisti).

Ed è proprio questa penetrazione tra vecchio e nuovo il principale fattore di successo del Centro Congressi di Orvieto che, in poco tempo, si è affermato sul mercato convegnistico italiano. Numerosi, infatti, sono stati i convegni sin qui te-



nutisi e unanimi i consensi espressi dagli enti organizzatori.

Il Comune di Orvieto, che fino ad ora ha gestito il Centro Congressi (tra breve però sarà costituita una società a capitale misto che subentrerà al Comune), intende comunque promuovere ancora di più il turismo congressuale.

Per ottenere questo obiettivo ci si avvale della partecipazione del Centro Congressi di Orvieto ad alcuni organismi associativi di strutture congressuali, operanti sia a livello nazionale che internazionale.

La struttura orvietana, infatti, aderisce a «Italecongressi», associazione nazionale tra i vari operatori del settore congressuale, a «Palacecongress Italia», l'associazione tra i più prestigiosi Palazzi dei Congressi italiani e alla Federazione Europea delle città congressuali (Feve).

L'adesione a quest'ultimo organismo testimonia con evidenza la volontà di fare di Orvieto una città congressuale a livello europeo. E la città del Duomo ha certamente tutte le carte in regola per diventarlo.

## Bastia, in Umbria una città atipica

■ Bastia Umbra, un aspetto diverso di una regione conosciuta nel mondo soprattutto per l'integrità dei suoi centri medievali, per la storia, la sua arte, i suoi paesaggi. Cittadina moderna, distesa sulla piana del Chiascio, quasi a metà strada tra Perugia ed Assisi, Bastia colpisce per la vivacità e l'operosità della sua gente, per la ricchezza di un tessuto economico di piccola e media impresa, per il legame delle sue attività con la tradizione agricola di questo territorio. Un impianto urbano razionale che - a prima vista non sembra offrire particolari motivi di interes-

se, pochi rapidi cenni sulle guide turistiche: cosa mai di interessante potrebbe esserci da scoprire in questa «atipica» città umbra?

E invece c'è una sorpresa. Il segreto (per nulla nascosto, vista la sua natura) si chiama «Centro Feriastico Regionale Lodovico Maschiella», una enorme struttura espositiva di rilevanza nazionale, (una delle più importanti del centro-sud), che incessantemente propone appuntamenti non solo per gli addetti ai lavori, ma anche per gli appassionati e i cultori di singoli interessi, hobbies, attività ricreative, cul-

turali, sportive. «A Bastia Umbra - conferma il sindaco della città Vannio Brozzi - il turismo si integra pienamente nell'attività del Centro Feriastico».

Circa 250.000 visitatori complessivamente solo nel '92, «Umbriaferie» ospita ogni anno manifestazioni dedicate ai prodotti agricoli e alimentari, all'antiquariato, alle nuove tecnologie, all'arredamento e agli oggetti da regalo, all'ippica, alla pesca sportiva, alla cinofilia e ai motori. «Apostipite delle esposizioni e «Agriumbria» (nel '93 dal 18 al 21 marzo): in mostra le migliori razze animali da allevamento, importanti