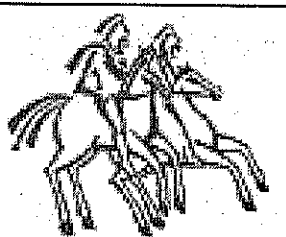


Osservatorio
sull'economia



Valorizzare la cultura del mare e delle attività ludiche e sportive ad esso legate, partendo dall'elemento marino che contraddistingue un territorio di oltre 140 km, baciato dal sole per diversi mesi all'anno, può rivelarsi una strategia vincente per caratterizzare l'offerta turistica del territorio



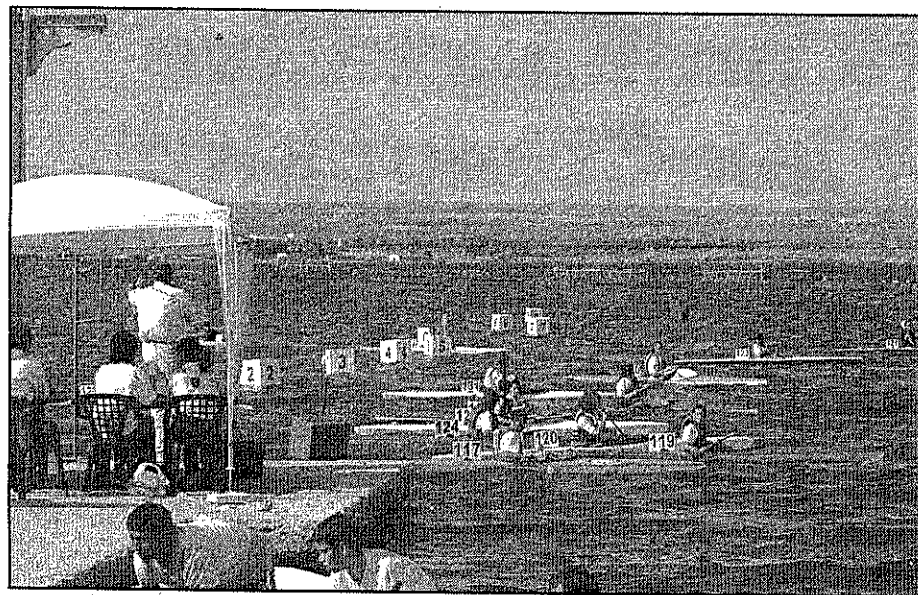
Canoa e ...tanto altro ancora: il mare una risorsa da scoprire

Venti squadre, seicento atleti, un migliaio di ospiti provenienti da tutta la Penisola, una decina di alberghi coinvolti: sono questi i numeri di "Canoagiovani", gara nazionale di canoa riservata ai ragazzi dagli 8 ai 14 anni, disputata nello specchio del Mar Piccolo (nei pressi dell'Idroscalo Bologna) nel primo weekend di Luglio. La manifestazione, è stata organizzata dalla giovane ma efficiente "A.S. Taranto Canoa", sotto l'egida della Federazione italiana Canoa Kayak, in collaborazione con Aeronautica Militare e Assonautica regionale e provinciale, e con il sostegno di alcuni sponsor privati, partner la BBC San Marzano. Una tre giorni nel segno dello sport, della natura e del leisure.

Un maestrale piuttosto fastidioso per i giovani canoisti ha ostacolato il regolare svolgimento delle gare, consentendo che su 71 in programma se ne potessero disputare solo 20, ma "è andata bene lo stesso", commenta Nicola Mancini, motore di Canoagiovani: "gli accompagnatori tecnici e le famiglie hanno potuto apprezzare le bellezze della nostra città e la unicità di uno specchio di mare interno che si presta in modo eccellente alla organizzazione di eventi dedicati alle discipline sportive legate al mare. Non sono poi molte le città che offrono queste caratteristiche e che possono contare su un contesto di mare che è l'ideale per le gare di canoa di velocità e di fondo.

Il supporto logistico della SVTAM, la Scuola Volontari Truppa Aeronautica Militare, ha poi contribuito a qualificare e a rendere piacevole la permanenza nella nostra città degli atleti e dei loro accompagnatori".

Un servizio di catering, fornito da una società tarantina, ha assicurato durante le gare i pasti per atleti e team tecnici, mentre la SVTAM ha letteralmente aperto i suoi spazi



agli ospiti che hanno potuto così fruire dei servizi e delle strutture messe a disposizione delle squadre, davvero senza riserve. Un segnale di riconoscimento va alla Protezione civile, al Gruppo sommozzatori dei Carabinieri, a Maridipart che ha predisposto la presenza in mare di gommoni per la sicurezza, ed alla Coldiretti che ha voluto far conoscere agli ospiti le bontà delle produzioni agroalimentari locali, omaggiando gli ospiti con un cestino di prodotti. Grandi assenti invece, lamentano gli organizzatori, Vigili Urbani e Polizia di Stato, che malgrado la richiesta inoltrata in protocollo non sono intervenuti per garantire il servizio di sicurezza, anche se la grande disponibilità dell'Aeronautica ha consentito che i giovani atleti potessero trascorrere all'interno della struttura militare, e dunque in tutta sicurezza, anche il tempo libero. E gli Enti locali (Comune, Provincia e Regione) come si pongono dinanzi a manifestazioni di questa portata? "Negli anni passati - è la risposta di Mancini - abbiamo sollecitato

un loro intervento, ma poiché non abbiamo avuto alcun tipo di riscontro, quest'anno abbiamo ommesso di coinvolgerli anche se ci rendiamo conto che ormai la manifestazione sta crescendo e che occorrerebbe lavorare per potenziare la struttura comunicativa - promozionale a livello nazionale. Quest'anno abbiamo avuto 15 squadre in più con canoisti provenienti da tutta Italia: dal confine con la Svizzera alla Sicilia. Il supporto logistico dell'Aeronautica e quello promozionale di Assonautica Puglia e di Taranto ci hanno consentito di poter organizzare l'evento al meglio delle nostre possibilità, ma è chiaro che occorrerebbe un supporto da parte degli Enti locali, in prima istanza in termini di servizi assicurati a latere della manifestazione (visite guidate in città per gli accompagnatori, l'interno della struttura militare, e dunque in tutta sicurezza, anche il tempo libero).

E gli Enti locali (Comune, Provincia e Regione) come si pongono dinanzi a manifestazioni di questa portata? "Negli anni passati - è la risposta di Mancini - abbiamo sollecitato

ranto del mare, per farla conoscere come sito ideale per eventi sportivi dedicati alle discipline legate al mare. Sono queste le occasioni che contribuiscono a consolidare l'immagine turistica - nautico - sportiva di una città a vocazione marinara. Mare che evidentemente non significa solo ed esclusivamente spiagge ed estate, ma che si deve mirare a "sfruttare" in un arco di tempo molto più lungo rispetto ai due classici mesi estivi, considerate le eccezionali condizioni meteo-climatiche del nostro territorio. Questo ed altri eventi dedicati agli sport acquatici possono dare una spinta notevole alla destagionalizzazione del turismo. Ecco perché andrebbe messo a punto un vero e proprio calendario di manifestazioni sportive spalmate tra Maggio e Ottobre. Gli Enti locali dovrebbero lavorare di concerto con le Associazioni sportive per assicurare, attraverso un piano di comunicazione mirato, un adeguato supporto in termini di promozione ed immagine". Sono proprio gli sport minori a spostare gruppi di famiglie da un capo all'altro della Penisola

ed una buona permanenza ed una accoglienza di livello non possono che contribuire a veicolare positivamente l'immagine di un territorio, generando un passaparola che nella comunicazione turistica si rivela sempre molto efficace. Far rientrare Taranto nei circuiti delle tappe degli sport legati al mare potrebbe essere una buona chance per esaltare le qualità della Città Bimare, e non solo in termini sportivi, ma anche - come si diceva - turistici.

Valorizzare la cultura del mare e delle attività ludiche e sportive ad esso legate, partendo dall'elemento marino che contraddistingue un territorio di oltre 140 km, baciato dal sole per diversi mesi all'anno, può rivelarsi una strategia vincente per caratterizzare l'offerta turistica del territorio. L'area jonica, non prestandosi al turismo di massa per le sue caratteristiche strutturali ed organizzative, può invece ambire a rientrare nei circuiti degli sport nautici. La nascita, negli ultimi anni, di alcune nuove strutture per la nautica sta supportando in modo concreto la naturale vocazione marinara del territorio, ma non basta: occorre mettere in rete l'intera offerta, ragionare insomma in termini di marketing turistico per creare l'immagine di una città che, pur vivendo sul mare, ha una scarsa cultura del mare.

Come lavorare per costruire questa immagine? Mettendo assieme, attorno allo stesso tavolo gli Enti pubblici, cui spetta il compito di assicurare il coordinamento ed i servizi, nonché di garantire l'efficienza del territorio; le Associazioni sportive, cui spetta la organizzazione di eventi e di manifestazioni di livello; le imprese, le strutture ricettive, della ristorazione e del tempo libero; infine, gli esperti di marketing e comunicazione e gli sponsor.