



Il nuovo turismo

Veneto marketing è la società a cui gli alpini si sono affidati per l'ospitalità durante l'Adunata, ma poi lavorerà per Bassano

Fare turismo non è cosa né semplice, né facile. È un ' mestiere ' impegnativo che non si può affidare al caso. La città di Bassano ed il suo territorio sono ricchi di attrattive di ogni genere, ma non ancora sfruttate appieno, poco note perché poco propagandate. Ci sono località, sia in Italia che all'estero, molto meno dotate, rispetto a noi, di bellezze artistiche, di pagine di storia patria, di percorsi, di natura, di prodotti enogastronomici, eppure ben più conosciute del nostro comprensorio. Quali le ragioni? Il fatto, prima di tutto, che per troppo tempo gli operatori turistici hanno pensato soltanto a coltivare il proprio orticello, non riuscendo o non volendo guardare al di là dei propri strettissimi interessi. Niente di più sbagliato. Oggigiorno se non si fa squadra, se non si affronta la globalizzazione anche turistica in modo serio si finisce stritolati da una concorrenza sempre più agguerrita e sempre più professionale. Da queste considerazioni è stata data finalmente alla luce 'Veneto Marketing', una S.r.l. presieduta dall'architetto Roberto Xausa, dal suo vice Paolo Mutin e che accoglie nel Consiglio di amministrazione Paolo Tosatto, Alberto Servadio e Roberto de Souza. La nuova società, che accetta come soci anche enti pubblici, a cominciare dai Comuni, si prefigge una serie di obiettivi e precisamente: «L'ideazione, realizzazione e promozione, in Italia e all'estero, di attività finalizzate allo sviluppo turistico (locale e più in generale del Veneto e delle regioni limitrofe) e alla valorizzazione dei servizi ad esso attinenti; la promozione, il coordinamento, l'organizzazione e la gestione, la prenotazione, la vendita di biglietti e la commercializzazione di servizi congressuali e meeting, eventi culturali e artistici, musicali, sportivi e manifestazioni fieristiche, anche avvalendosi di prestazioni fornite dai soci o da terzi, siano essi società private o enti pubblici; la prenotazione in strutture ricettive e di ristorazione; la realizzazione, produzione, commercializzazione di pacchetti turistici attraverso una propria attività di tour operator e agenzia di viaggi o attraverso la commercializzazione di prodotti di altri tour operator; lo sviluppo delle attività ricettive, turistiche, di



servizi, di somministrazione, di intrattenimento, sportive ed affini con particolare riguardo all'ambito territoriale di sua competenza, anche mediante la collaborazione con società, enti pubblici e privati, ed organizzazioni operanti sia nell'ambito che al di fuori dell'Unione europea; la realizzazione di progetti di promo-commercializzazione turistica da presentare a livello provinciale, regionale, nazionale e comunitario per l'ottenimento di finanziamenti da parte di enti pubblici e privati sulla base delle leggi vigenti; la realizzazione di ricerche di mercato, statistiche e di interesse nel settore turistico; lo sviluppo di servizi innovativi in favore degli operatori turistici; la divulgazione delle offerte turistiche, con particolare riguardo all'ambito territoriale di sua competenza, anche attraverso campagne pubblicitarie e di stampa e la propria partecipazione a manifestazioni di carattere fieristico e congressuali, sia nell'ambito che al di fuori della Comunità europea; l'attività, quale casa editrice, di promozione delle proprie iniziative, nel rispetto della legge, presso terzi siano essi società o enti pubblici; la realizzazione, la promozione, partecipazione e lo sviluppo di iniziative enogastronomiche legate o riferite all'ambito territoriale di sua competenza. La società può assumere e concedere agenzie, com-

missioni, rappresentanze, con o senza deposito, e mandati, acquistare, utilizzare e trasferire brevetti, know-how ed altre opere dell'ingegno umano, compiere ricerche di mercato ed elaborazioni di dati per conto proprio e per conto di terzi, concedere e ottenere licenze di sfruttamento commerciale».

Non saranno soltanto questi i temi sui quali si accentrerà l'interesse di 'Veneto Marketing', ma anche quelli puramente commerciali (di import-export ad esempio), industriali, finanziari, mobiliari e immobiliari, necessari o utili per il raggiungimento degli scopi sociali.

Ce n'è di carne al fuoco di questa nuova società che ha visto in prima linea quale combattiva ed intuitiva promotrice la presidente dell'Unione del commercio, scomparsa nell'autunno dello scorso anno, Bruna Facchinello. «Abbiamo un territorio splendido -ci diceva quando il progetto era appena agli inizi- ricco di richiami d'ogni genere, perché non lo dobbiamo sfruttare come si deve?».

E proprio su questo concetto s'è soffermato il presidente Roberto Xausa alla presentazione di 'Veneto Marketing'.

«La nostra punta di diamante

-ha sostenuto- sarà proprio la valorizzazione del mandamento sotto ogni aspetto, sia storico, culturale, artistico, sportivo, ricreativo, enogastronomico e quant'altro».



Roberto Xausa

L'iniziativa è stata tenuta a battesimo dal sindaco Gianpaolo Bizzotto, dall'assessore regionale Elena Donazzan e dal vicepresidente della Provincia Dino Secco assieme ad amministratori ed operatori turistici. E proprio il sindaco Bizzotto s'è dimostrato il più convinto assertore della bontà di questa iniziativa. Lo ha fatto anche martedì scorso partecipando, assieme al presidente della S.r.l. Roberto Xausa, alla puntata di Tva "Sul ponte di Bassano" condotta dal collega Alessandro Tich. «Mancava un istituto che

riuscisse ad ottenere la convergenza di tanti soggetti impegnati nell'attività turistica, ma anche in altri settori, per far meglio conoscere e per commercializzare al massimo la nostra città ed i suoi dintorni», ha detto in trasmissione.

Gli alpini sono stati i primi a sfruttare la potenzialità di questa proposta che, da subito, è riuscita a racimolare altri 3500 posti letto fra la Valsugana ed il Bassanese in occasione dell'adunata degli alpini del prossimo maggio. A 'Veneto Marketing', infatti le 'penne nere' hanno affidato l'ospitalità prima, durante e dopo l'Adunata. Altri impegni per i quali la società è già pronta: vi sono quelli legati alla proposta commerciale dei pacchetti turistici per soggiornare sia a Bassano sia nei Comuni contermini; la vendita dei pacchetti turistici relativi alla pista ciclabile della Via del Brenta e la disponibilità di location esclusive per la realizzazione di meeting e presentazioni di prodotti da parte di Aziende del territorio e non solo. Tali pacchetti, che sono parte di un progetto più ampio di incoming territoriale (il termine incoming non definisce solo gli arrivi dei turisti in una regione o in un paese, ma anche l'insieme dei servizi che a questi vengono forniti), saranno costruiti tenendo conto di ogni singola realtà del nostro territorio con un occhio particolare al rapporto qualità-prezzo.

«La conoscenza ed il collegamento con gli stakeholders (con il termine stakeholder si individuano i soggetti "portatori di interessi" nei confronti di un'iniziativa economica del territorio) -spiegano i promotori del progetto- permetteranno di realizzare e vendere pacchetti turistici collegati ad iniziative quali rassegne enogastronomiche, rievocazioni storiche (la Partita degli scacchi a Marostica ad esempio), mostre, manifestazioni (Operastate festival per fare un altro esempio), fiere ed eventi di aziende pubbliche e private, operando con tutti gli attori del territorio: dagli affittacamere agli hotel più prestigiosi, dalle aziende private agli enti pubblici, che con le associazioni di categoria e gli altri enti territoriali saranno partner di queste iniziative».