

## Il Delta del Po in Olanda a confronto con aree rurali d'Europa per la crescita del turismo rurale

Cosa spinge milioni di persone a frequentare strutture turistiche poste in aree rurali? Cosa fanno le altre regioni, le altre nazioni dove il turismo rurale è una delle principali forme di attrazione e di offerta turistica? Questo è uno dei motivi per cui il programma europeo Interreg Europe 2014-2020 ha premiato un progetto chiamato Rural Growth che ha lo scopo di affiancare le imprese ed i territori per sviluppare nuove forme di turismo rurale. Il GAL DELTA 2000 è l'unico partner Italiano del progetto e in questi giorni una sua delegazione e da una serie di stakeholder locali è in Olanda nella regione di Drenthe per confrontarsi con gli altri partner di progetto (provenienti da Olanda, Finlandia, Ungheria, Romania e Spagna) e visionare buone pratiche e interventi innovativi nello sviluppo turistico sostenibile in questa area.

In Olanda tutto è pensato e finalizzato per il benessere del cittadino e per la intermodalità; in ogni fermata dell'autobus c'è un parcheggio per le biciclette, ogni strada di qualunque categoria ha a fianco la pista ciclabile, tutto è facile, rapido, collegato. Si respira un fortissimo senso di sicurezza, ad ogni ora del giorno e della notte si incontrano ciclisti che tranquillamente, sotto ogni condizione meteorologica pedalano tranquilli, anche con bambini a bordo. Non si vedono sbarre alle finestre, il marketing è tutto fondato sul tema dello sviluppo sostenibile: le parole ambiente, tranquillità, relax, troneggiano su tutte le loro offerte turistiche, e soprattutto, la natura è rispettata al 100%. Abbiamo perfino visto alberi a fianco della strada protetti da legni provvisori in quanto prossimi a lavori di fognatura. Lo sviluppo rurale passa quindi attraverso questo forte sentimento di rispetto della natura, del paesaggio e del lavoro comune. In ogni luogo meta di turismo è sempre presente una ricca bacheca di informazioni relative a tutto quello che c'è intorno, ma non solo dei propri amici o collegati ma proprio di tutto anche di altri soggetti e attrattori in altre aree. Queste sono alcune delle suggestioni che la delegazione di DELTA 2000 ha ricevuto dalla visita in Olanda.

La direttrice del GAL Angela Nazzaruolo esprime soddisfazione per le relazioni instaurate i partners di questi paesi ed afferma: "Abbiamo avuto conferma che una delle priorità per essere una destinazione turistica attrattiva sia quella della cura e dell'ordine del paesaggio, un obiettivo che deve interessare non soltanto le pubbliche amministrazioni, ma tutti i cittadini, ognuno deve fare il suo, anche nel proprio piccolo, per poter presentare un ambiente armonico che ispira bellezza e serenità; secondo elemento è la passione di chi opera in ambiente turistico, ma non solo credo che qualsiasi lavoro se portato avanti con passione non può che essere vincente, ed infine la collaborazione tra operatori nella promozione, tutti promuovono tutto e tutti, soltanto in questo modo si può fare turismo trattenendo i turisti nelle diverse realtà del Delta del Po".

Chiara Tiozzi, stakeholder cervese esperta di ecoturismo sottolinea come molti siano stati gli spunti da portare a casa e su cui lavorare. Uno fra tutti il riutilizzo di un vecchio fienile in una fattoria trasformata in uno spazio giochi adatto a grandi e piccoli. Al suo interno trovano spazio zone gioco che sfruttano elementi di fisica come l'elettricità, la gravità, ecc e una divertente zona dove cavalli a dondolo adatti a grandi e piccoli sono diventati tricicli azionati dalla spinta dell'uomo.

Stefano Dall'Aglio, esperto selezionato da DELTA 2000 per attività di assistenza tecnica nell'ambito di questo progetto, rileva come le esperienze visionate direttamente o presentate dai partner come di successo, abbiano tutte in comune un forte contenuto di marketing: un brand-ombrello territoriale all'interno del quale state sviluppate le strategie delle singole imprese. È interessante che queste ultime abbiano spesso dato priorità alla differenziazione e alla innovazione, piuttosto che alla imitazione: Le imprese di successo in queste aree rurali hanno cioè studiato e perseguito linee di investimento/produzione che le hanno portate a sviluppare qualcosa non ancora esistente sul mercato: da servizi dedicati a segmenti non ancora (o non adeguatamente) serviti, ad un focus sulla comunità locale e sul turista già presente, come base della reputazione della "nuova" impresa. Un ultimo aspetto riguarda il fatto che alla base di questi casi di successo c'è sempre un investimento importante, spesso supportato (ma per una parte non prevalente) da fondi strutturali. In tempi di bassi tassi di interesse, la suggestione che arriva da queste esperienze è che la qualità e il successo non sono mai disgiunti da investimenti importanti, sia sulle componenti "hard" che in quelle "soft", entrambi affiancate alla passione dell'imprenditore.

Il GAL DELTA 2000 - afferma Mauro Conficoni, Consigliere delegato e, in questo progetto, coordinatore del gruppo degli stakeholder locali – è un partner in numerosi progetti di cooperazione Internazionale. Questo ci consente sia di rapportarci con tante realtà diverse sia di interagire con tante organizzazioni Italiane ed Europee che operano nel turismo e per lo sviluppo rurale con diversissimi modi di pensare e di vivere. E, sempre, ci rendiamo conto che da noi, in Italia, in Romagna, nel Delta del Po, non manca nulla. Anzi, il mix tra ambiente, arte, storia, cibo e cultura della ospitalità ci consentirebbe di essere una meta internazionale tra le più ambite, vistabili da gennaio a dicembre! Ma pare che proprio non ce ne rendiamo conto. Mancano le infrastrutture di base, manca il concetto di rete tra i territori vasti (oltre alle singole città), manca la consapevolezza della propria forza e del valore delle cose che abbiamo. E sono proprio questi gli ambiti in cui noi di DELTA 2000 vogliamo e dobbiamo operare, come pungolo ma in collaborazione con gli enti locali, le associazioni di categoria, le imprese del ns ricco e vario territorio.