

L'INTERVISTA

«Campo largo per l'Atim puntare su Londra e Parigi»

Sabatini, Camera di commercio: «L'agenzia dev'essere un contenitore di idee e proposte»

Trasla la formula politica del campo largo sull'Atim, Gino Sabatini. Il presidente della Camera di commercio delle Marche per applicarla parte da un assunto: «Io non butto a mare alcunché, per principio».

Neppure l'Agenzia regionale per il turismo dopo lo sgambetto di Marco Bruschini: via dal vertice nel pieno dell'estate, a un passo dalla fine del mandato del governatore Francesco Acquaroli?

«Men che meno. Primo: vuol dire che il direttore generale ha le competenze per andare a ricoprire il ruolo al quale è stato destinato, al ministero dell'Agricoltura con Lollobrigida. Secondo: il nostro territorio non ha mai goduto di tanta visibilità come da quando è stata istituita. Molto presente su social, televisione e giornali, la regione ha sfatato il mito negativo del cono d'ombra».

Quindi, è un promozione su tutta la linea?

«Qualcosa è andato meglio, altro peggio. Non è questo il momento per recriminare. Dobbiamo guardare avanti».

Cosa vorrebbe vedere dinanzi a sé?

«Una struttura con una gestione meno monocratica, nella quale far convergere Camera di Commercio, associazioni di categoria, imprenditori. Mettersi accanto al presidente Ac-

quaroli: non dimentichiamo che l'Atim è al 100% di Palazzo Raffaello, e bisogna collaborare tutti, guardando nella stessa direzione. L'idea di coniugare turismo&internazionalizzazione, con un fattore che alimenta l'altro e viceversa, è centrata».

I dati non depongono a favore della sua tesi. Nel 2023, secondo l'Istat, solo il 20% dei visitatori arrivava dall'estero. Un disastro.

«Ha ragione. Proprio per questo dobbiamo concentrarci su un'azione condivisa per generare valore aggiunto. Noi, come Camera di Commercio, abbiamo da mettere a disposizione l'esperienza trentennale delle Aziende speciali, dedicate proprio alla promozione».

Un punto a favore?

«L'Atim lo scorso anno ha organizzato eventi a Parigi e a Londra, lungo le traiettorie dove esistono i collegamenti aerei tra Ancona e quegli hub internazionali. Questo significa fare campagna pubblicitaria per una terza».

La creazione del marchio "Let's Marche", che finora non aveva fatto nessuno, è un merito?

«Sul brand sospendo il giudizio: vediamo alla fine dell'anno se ha generato movimento, appeal. Se così fosse non lo cambierei, genererebbe solo confusione».

Un errore l'averlo piazzato sui voli

di continuità territoriale di Aeritalia che decollavano a singhiozzo per Roma, Milano e Napoli?

«Su quelle rotte proprio non mi esprimo: non ho gli elementi tecnici per farlo».

Il volto di Roberto Mancini, testimonial della suggestiva mescolanza tra le coste orlate di Adriatico e i picchi dei Monti Azzurri, è sempre vincente?

«Noi abbiamo contribuito per due anni con 200mila euro: allora era il ct della Nazionale di calcio, funzionava. Ora che è il commissario tecnico della squadra dell'Arabia Saudita potrebbe essere molto utile per creare un ponte economico tra noi e quel Paese, che è un mercato di sbocco molto appetibile».

Ripassiamo dall'Atim: se non si organizza entro un mese la successione, chi scriverà il documento di promozione turistica per il 2025, chi lo presenterà, a settembre? In sintesi: chi riempirà il vuoto lasciato da Bruschini?

«Ribadisco: non deve essere una struttura monocratica. Camera di Commercio, associazioni di categoria e imprenditori possono, da subito, convocare dei tavoli per arrivare a un piano, comune. Noi ci siamo. Per settembre c'è tempo».

Maria Cristina Benedetti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il presidente Gino Sabatini



Peso: 44%