
Presentazione della DMO Messina al Palacultura

Il turismo come viatico per lo sviluppo e come risposta alla crisi economica sul territorio messinese, partendo dalla creazione di una *DMO (Destination Management Organization)*. Questa l'idea al centro dell'incontro organizzato questa mattina dalla *Confcommercio* e dal *Comunedì Messina* in un Palacultura gremito in ogni ordine di posto. Tanti protagonisti di quella che il direttore generale di Confcommercio Messina, *Caterina Mendolia*, ha voluto etichettare come «la prima puntata di un tavolo operativo che punta al rilancio del turismo a Messina e nella sua provincia». A prendere parola per primo è il commissario straordinario della Provincia di Messina, *Filippo Romano*, che ha indirizzato il suo intervento sulla complessità della materia turistica e sulla conseguente necessità di avviare un dialogo fruttuoso che dia nuova linfa al settore, a partire dalla razionalizzazione dei compiti e delle responsabilità, coinvolgendo tutti gli enti preposti: «Il turismo è un argomento complesso, spezzettato in diverse competenze. Dobbiamo risolvere il problema della frammentazione della promozione turistica, convinti che incontri come questo possano essere la soluzione per raggiungere lo scopo». In rappresentanza della Regione Sicilia, *Maurizio Ruggeri*, capo di gabinetto dell'assessore al Turismo, Cleo Li Calzi: «La Regione è vicina agli operatori del settore turistico. Sulla questione DMO siamo molto curiosi, vogliamo capire bene quali sono i margini di sviluppo e discuterne in altre occasioni, facendo tesoro di quanto si è detto oggi». Presente all'incontro anche il sindaco, *Renato Accorinti*: «Il successo di oggi è dato dalla grande presenza di persone interessate al turismo, un percorso con margini di sviluppo molto importanti. La cittadinanza diventa comunità quando si stringe attorno a valori condivisi». In rappresentanza dell'impegno profuso sulla creazione della DMO da parte di Palazzo Zanca, anche l'assessore allo sviluppo economico e turismo, *Tonino Perna*: «Va riconosciuto alla Confcommercio di avere avuto lo scatto iniziale, ma vorremmo che altre sigle entrino a far parte attivamente di questo progetto. Abbiamo individuato tre linee d'intervento: intanto la questione delegata allo sviluppo del turismo croceristico; poi il fenomeno del pendolarismo e la percezione di Messina come città di passaggio, un caso unico in un contesto in cui ogni anno sbarcano milioni di persone e rimangono a pernottare in pochissimi; infine la volontà di collegare il turismo con tutti gli altri settori produttivi, perché l'offerta deve essere globale e quindi deve coinvolgere tutti coloro i quali possono migliorarla. Pensiamo anche alla creazione di un codice etico da distribuire a tutti coloro i quali sono impegnati nell'offrire servizi connessi al turismo. Verrà anche creato, in collaborazione con Confcommercio, un questionario da sottoporre ai turisti per toccare con mano la percezione che hanno della città». Tra i presenti anche *Ismael Edremit*, capocommerciale della *Turkish Airlines* per l'aeroporto di Catania, che ha dapprima illustrato i successi commerciali e lo sviluppo progressivo della compagnia turca, e poi ha spiegato come questo successo potrebbe essere utilizzato per sponsorizzare Messina in tutti i paesi in cui la compagnia fa scalo». Sull'intesa con la Turkish Airlines sulle prerogative che fanno da sfondo alla nascita di una DMO per Messina, si è soffermato l'intervento del direttore di Confcommercio, Caterina Mendolia: «Un dei primi contatti che abbiamo messo in piedi è con la Turkish Airlines, consapevoli che si tratta di una compagnia in espansione che si è dettata disposta a lavorare sul nostro territorio, regione su cui hanno da poco aperto degli scali. Oggi vuole essere solo un momento d'incontro, perché per costituire una DMO ci vogliono gli elementi. Dobbiamo chiederci quali sono i punti di forza e di debolezza della provincia, raccoglierci e metterli in discussione. Il nostro obiettivo principale è la creazione di un «Brand Messina», che sia forte e capace di attrarre l'attenzione dei mercati». Sulle dinamiche che hanno portato la Confcommercio a farsi promotrice del progetto di creazione della DMO, le parole del presidente, *Carmelo Picciotto*: «Ci siamo immediatamente attivati per mettere in atto quello che ancora non è stato fatto. Abbiamo tentato di recuperare risorse umane capaci di presentare al mondo il territorio messinese nel modo migliore. Vogliamo riuscire a evitare che la gente abbandoni Messina, convinti che il turismo sia una scommessa fondamentale nella quale i commercianti devono avere un ruolo fondamentale. In attesa di convincere tutti gli enti preposti e sperando che tutto questo possa essere inserito all'interno di una dinamica reticolare nella quale ognuno deve dare il suo apporto. Perché abbiamo contattato la Turkish Airlines? Perché è la compagnia che può vantare più scali al mondo. Se tutti collaboreremo a questo progetto, e riusciremo a costruire per Messina un brand forte e spendibile, mostreremo al mondo quanto è bello il nostro territorio, attivando una collaborazione con la «Turkish» attraverso la quale mostrare le bellezze del nostro territorio in ogni destinazione in cui fa scalo. Abbiamo bisogno che il pubblico faccia cinquanta passi indietro e che i privati facciano rete e presentino Messina in tutto il mondo. La DMO di Confcommercio vuol dire offrire ai privati la possibilità di lavorare per lo sviluppo del turismo a Messina. Solo così potremo davvero dare un futuro ai giovani di Messina». Ma qual è l'obiettivo cardine della DMO Messina? Lo ha spiegato nella sostanza la consulente di Confcommercio*, Giada Calvano*: «La DMO è una struttura organizzativa, un organismo di

«metamanagement» che dà l'indirizzo agli operatori, trasformandoun luogo in una destinazione». In occasione della presentazione della DMO Messina sono intervenuti, tra gli altri, anche il presidente dell'Autorità portuale, *Antonio De Simone*, l'esperto del Comune, *Filippo Grasso*, il componente dellagiunta nazionale Confesercenti, Benny Bonaffini, il coordinatore del progettoculturale «Policoro», Don Sergio Siracusano, Bernadette Lo Bianco di «Sicilia turismoper tutti», Filippo Grasso, esperto del Comune, Nino Espina, presidente di«Proloco Sicilia», Guido Fichera, presidente dell'Associazione Guide TuristicheMessina e Guido Lanfranchi del Dipartimento Scienze Economiche dell'Universitàdi Messina». A margine dell'incontro è stata concessa la parola a moltisoggetti impegnati quotidianamente nel settore turistico messinese, che hannolanciato numerose proposte per lo sviluppo di varie iniziative che potrebbberoessere inserite all'interno del progetto DMO Messina.