

# NON C'È TEMPO DA PERDERE



EDITORIA -

DI FILIPPO CARDINALE

**O**ra che la lunga vicenda delle due buche del golf resort del Verdura si è conclusa con la pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale della Regione Siciliana, è tempo di pensare a organizzarsi per trarre beneficio dal flusso turistico pregiato che il Gruppo inglese chiamerà dall'Europa, dall'America, dall'Australia, dal Giappone.

In verità, mentre il Gruppo inglese, intento a realizzare il più grande e bello golf resort d'Europa, ha marciato alacramente nonostante le mille difficoltà poste da una burocrazia lenta e farraginoso e che a tratti pare vogliosa di creare ostacoli a chi fa impresa, il territorio ha perso tempo prezioso per organizzarsi nell'offerta di servizi mirati all'accoglienza dei golfisti, che come è noto, dispongono di alti redditi, ma che per tale motivo si attendono servizi di assoluta qualità.

Che cosa vuol dire tutto ciò? Se è vero che non è necessario che un ristorante (per fare un esempio) usi posate d'argento e piatti di porcellana, è assolutamente vero che i servizi offerti devono avere gli standard dell'eccellenza. Ambiente accogliente, personale che parli correntemente l'inglese, servizio ai tavoli ineccepibile. La direzione del golf resort starà molto attenta ai servizi esterni che il territorio offrirà. Loro vogliono che i clienti escano dal perimetro del Verdura, ma vogliono che ritornino soddisfatti.

In questi anni, più volte, l'amministratore delegato Moreno Occhiolini ha ripetuto che era necessario che il territorio si organizzasse, magari effettuando qualche opera di riqualificazione necessaria per rendere i vari paesi limitrofi più gradevoli e interessanti. Ha anche suggerito la costituzione di un consorzio di Comuni, tre-quattro, capace di elaborare dei progetti interessanti e consequenziali alla presenza del golf resort. Un consorzio in grado di presentare progetti credibili tali da attirare finanziamenti regionali, nazionali ed europei.

Ma ancora oggi nulla si è fatto. Del resto, il Gruppo inglese

non ha come compito aziendale quello di organizzare il territorio. Fa impresa, intende far partecipare il territorio, ma se questi non è pronto o è refrattario, è un'occasione che si perde. Tutto qui. E allora, in buona sostanza, si tratta di quel classico treno che passa inesorabilmente e si perde.

A gennaio cominceranno le selezioni del personale. Chi sarà scelto sarà interessato a formazione nella scuola che si trova all'interno del golf resort. La raccomandazione primaria e più importante sarà il sapere parlare correntemente l'inglese. Sui profili del personale il Gruppo inglese è severo ed è testimoniato dall'alta qualità dei servizi offerti nelle strutture presenti in tutta Europa, ora anche in Egitto e Arabia Saudita. Sono 4-5 anni che si parla insistentemente della struttura di sir Rocco Forte. Mi piacerebbe capire quanti giovani, ad esempio, sono andati in Inghilterra per studiare e approfondire la lingua inglese. Ecco, questo già è un lato buio che caratterizza il nostro territorio. Magari qualcuno punterà le carte sulle raccomandazioni politiche, ma queste daranno scarsi risultati se non c'è la sostanza: la preparazione. Come si prepara Caltabellotta? Questo è uno degli argomenti che deve essere affrontato con l'ausilio di chi opera nel tessuto commerciale. Si saprà essere in grado di presentare un giro turistico interessante con guida padrone della lingua inglese? Per visitare le chiese sarà necessario andare alla

ricerca di chi ha le chiavi? Magari dicendo al gruppo: aspettate un pò che stiamo provvedendo?

Il golf resort aprirà a giugno del prossimo anno. Il tempo è breve, ma può essere ancora utile darsi da fare. E non bisogna attendere che venga l'amministratore delegato a insegnare come organizzarsi: è necessario che ognuno dia stimolo alla propria fantasia, alla capacità di fare. Il territorio caltabellottese offre un potenziale importante di storia, monumenti, paesaggi, prodotti tipici, cultura, tradizioni.

Il turismo è una scienza magnanima con chi crede in essa. Sentiamo ripetere spesso che il nostro territorio è "vocato al turismo", termine che odio tanto perchè non è possibile che si rimanga sempre e solo con la vocazione. E' il tempo di vestire la tunica!

Non vedo fermento, non vedo quella passione, quella capacità di credere nel turismo. Il turismo si edifica, giorno dopo giorno, con pazienza. Costruire è difficile, sbagliare facilissimo.

