

POMPEI CITY

centro commerciale, culturale e del tempo libero

Riprendendo la nostra idea che il turismo archeologico non possa risolvere, nel breve termine, i problemi del commercio pompeiano, abbiamo sviluppato un'idea "alternativa", fatta di manifestazioni (abbastanza) facili da organizzare, di concorsi, sconti e promozioni che coinvolgano la maggior parte degli esercenti della città mariana.

Il nostro scetticismo alla **SOLA** soluzione di trasformare il Bellucci in parcheggio è dovuto a diversi motivi:

- per far transitare i turisti in visita agli scavi per la città bisognerebbe prima convincere la soprintendenza a rispostare la biglietteria a Piazza Anfiteatro e non crediamo che ciò possa essere fatto in tempi brevi.
- Siccome si parla di parcheggio bus, si parla di escursioni provenienti da alberghi di altre città o da navi da crociera. Tali escursioni sono pianificate nei dettagli e hanno tempi stabiliti: abbiamo seri dubbi che, senza avere *attrazioni* in città i gruppi vi si possano fermare (prima o dopo) per fare "shopping".
- Ci sarà il serio rischio che i bus facciano scendere i visitatori del sito archeologico a Piazza Anfiteatro per poi andare a parcheggiare al Bellucci (o a Piazza Falcone e Borsellino) e riprenderli all'uscita degli scavi all'ora stabilita, rendendo inutile tutta l'operazione.
- La maggior parte dei gruppi di bassa e media stagione sono costituiti da persone anziane. Costringerli a passare per la città, prima e dopo l'escursione negli scavi (comunque lunga e stancante) può portare a parecchie lamentele verso i tour operator che potrebbero, messi alle strette, spostare le escursioni verso Ercolano, Paestum o altre destinazioni.

La nostra idea, invece, è trasformare la città di Pompei in un gigantesco "centro commerciale".

Vogliamo invogliare le persone a girare per la città, a fare shopping, a mangiare nei suoi ristoranti e nelle sue pizzerie, a prenotare nei suoi alberghi.

La nostra idea cerca di coinvolgere un turismo "alternativo". Fatto della gente provenienti da città comprese in un raggio di 50/60 km e di italiani (soprattutto) che si vogliono regalare una passeggiata o un week end tra cultura, svago e shopping, richiamati da eventi particolari che ne solletichino la curiosità. Le promozioni, gli sconti e l'immane visita agli scavi aumenteranno l'appeal delle iniziative.

Alla base di ciò, però, ci dovrebbe essere la cura della città (pulizia in primis), l'applicazione di prezzi e tariffe convenienti, la cortesia e la professionalità degli esercenti. Il capire (e considerare) che questi visitatori sono *ospiti* che accogliamo in casa nostra. Più si troveranno bene, più saranno trattati bene e più ritorneranno e saranno da traino ad altre persone.

Ritornando al nostro progetto, risulta ovvio che, il planning rappresentato, è puramente indicativo: gli eventi sono stati creati "a tavolino" per dare un'idea nella sua totalità. Nel progettare uno definitivo, si dovrebbe ragionare assieme alle associazioni di categoria (Confesercenti, Ascom, alberghi, etc.) al fine di cercare di soddisfare le esigenze di tutti.

Sarà basilare, però, l'attuazione di una politica di gestione dei parcheggi completamente diversa. Ne abbiamo sentito parlare in giro ma non ci sembra sia stata effettuata: parliamo della "parzializzazione" dell'ora di sosta. Il pedaggio dell'ora obbligatoria allontana, soprattutto, le persone intenzionate a fare shopping.

