

# IVG

## Turismo, Garlenda e Laigueglia fanno sistema per proporre nuove esperienze tra costa ed entroterra

di Redazione

19 Giugno 2021 - 16:56



**Garlenda/Laigueglia.** Una manifestazione per presentare ai turisti in vacanza tutte le esperienze dei territori dell'entroterra. È andata in scena ai bagni "Capo Mele" di Laigueglia, dove la Val Lerrone e le sue eccellenze hanno fatto sistema con il "Borgo più Bello d'Italia" con l'hashtag #inliguriapuoi.

Garlenda e Laigueglia si preparano al post-Covid mettendo in rete il loro sistema di valori: dalle rilevanze storico-artistiche a quelle naturalistiche, da quelle sportive a quelle gastronomiche.

Un progetto di marketing territoriale finalizzato a cogliere, per i borghi minori e l'entroterra, le straordinarie opportunità innescate dalla fase pandemica, che vede un vero e proprio boom di domanda per le proposte experience.

L'evento, strutturato come workshop, ha "portato" in riva al mare le grandi valenze turistiche della Val Lerrone: dalla scuola di golf alla rete sentieristica per trekking e

mountain bike, dai prodotti tipici al museo della Fiat 500. Tante postazioni, sparse nell'oasi delle piante e dei fiori di spiaggia, con laboratori del gusto, degustazioni e golf on the beach.

L'educational di "Spiagge Didattiche", ideato dal marketer Franco Laureri, s'ispira al principio di "coopetizione", del marketing 4.0 di Philip Kotler, e punta a superare la rivalità tra località e territori a favore di progetti capaci di co-creare valore tra competitor per affermarsi nel mercato globale del turismo.

"Un progetto di cooperazione pubblico-privato - come sottolinea il sindaco Silvia Pittoli - che punta a creare un'offerta integrata capace di unire costa ed entroterra con prodotti in grado di intercettare i nuovi trend di domanda legati al turismo etico e responsabile che vuole connettersi con le comunità locali per vivere esperienze autentiche".

"Strategie operative come questa - commenta il vice presidente e assessore regionale allo Sviluppo dell'Entroterra, Marketing e Promozione Territoriale Alessandro Piana - danno ulteriore valore alla nostra regione come meta esperienziale sostenibile, accessibile tutto l'anno per valorizzare l'entroterra e il turismo green con iniziative capaci di creare una progettualità coerente e ben posizionata nel mercato. Dalla veicolazione delle nostre eccellenze agroalimentari che sono portabandiera della Liguria nel mondo sino alle attività all'aria aperta, la Val Lerrone riconferma la sua attrattività e la capacità di intercettare, sempre di più, le esigenze dei viaggiatori e di chi abita ed ama il nostro territorio, sincera espressione di due anime complementari: entroterra e costa".

I turisti sono stati coinvolti, dal team della Pro loco di Garlenda e dal Maestro di cucina Renato Grasso, nei laboratori delle salse al mortaio, abbinati al pan fritto, e nella preparazione del comfort drink al Crithmum maritimum, pianta di spiaggia dalle proprietà aromatiche ricca di oli essenziali, iodio, oligoelementi, beta carotene, proteine, vitamina C; mentre nell'info point a cura di VisitGarlenda e del fiat 500 club Italia sono stati presentati il museo della storica utilitaria e le escursioni sui sentieri verdi a cura del "Team Solemar". Protagonista la scuola di golf di Garlenda, diretta da Bruno Olivetti, con il maestro Lucio Merlino che ha fatto sperimentare il golf on the beach a grandi e piccini; tanti percorsi pedagogici dalla cucina all'outdoor con Laigueglia Bike & Wellness in qualità di promoter dei percorsi cicloturistici della Val Lerrone.

La manifestazione presentata dal giornalista e blogger Stefano Pezzini è stata organizzata dalla Pro Loco di Garlenda, da VisitGarlenda, dal "Fiat 500 club Italia", da Confagricoltura Savona con la partecipazione del maestro di golf Licio Merlino, dell'azienda agricola " Il giardino del sole" di Leone Scacchi, dell'azienda Velier S.p.A. di Genova, del "Team Solemar", dell'azienda MAKO SurfShop, dell'azienda CHEZ LOLO noleggio gommoni e di "Laigueglia Bike & Wellness".

