



ESPERIENZE – IN VETRINA

“Quando attività nel tempo libero influiscono sulla propria crescita professionale. AGOSTINO CECCHINI condivide con i colleghi del Business Lab World la sua esperienza.”

Profilo personale



Agostino Cecchini
Libero professionista
Vetralla (VT)

[invia messaggio](#)
[invia e-mail](#)

276 visual.

[crea una relazione](#)
[invita a un gruppo](#)
[rimuovi dalla comunità](#)
[mi interessa](#)
[condividi su facebook](#)
[segnala spam](#)

“Operante sino al 1999 quasi esclusivamente come disegnatore artistico e grafico, dal 2000 ho iniziato ad occuparmi, dopo opportuno corso di formazione, di divulgazione agricola ed ambientale presso un istituto regionale. Dal 2006, dopo un altro corso di formazione riguardante il **“Marketing territoriale e la promozione di cultura, turismo e spettacolo”**, ho intrapreso l'attività professionale più o meno legata a queste ultime “discipline”. Premetto che **questo tipo di attività** non è facilmente classificabile poiché **coinvolge** alternativamente o contemporaneamente, parzialmente o completamente, **una moltitudine di aspetti, fattori e varianti** che spaziano tra turismo, sport, archeologia, arte, storia, agricoltura, ambiente, alimentazione, salute, artigianato, musica, moda, cinema e televisione, web, grafica, disegno, cartografia, scuola e formazione.

La mia visione di lavoro prevede che parte o tutte le discipline siano legate insieme da un doppio nodo: uno “artistico-creativo” e l'altro “tecnico-tecnologico”.

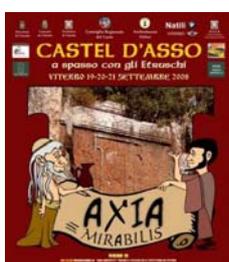
Chiusa la premessa, volevo in questa occasione concentrare l'attenzione su una piccola **attività**, per quel che mi riguarda ai limiti del volontariato, che mi ha dato però notevoli soddisfazioni fornendo numerosi **spunti di crescita professionale: l'escursionismo**.



L'escursionismo non rappresenta solo il muoversi ed il camminare, ma una **vera e propria esperienza culturale e sociale** che porta l'individuo a lasciare a casa, per qualche giorno/ora, la frenesia del lavoro e della vita quotidiana mostrando, nel rilassamento, una particolare **sensibilità sia per il territorio** che ha raggiunto, **sia nei confronti di chi, in quel momento, condivide questa esperienza**.

Quella stessa sensibilità che crea, incentiva e motiva lo “scambio”, uno degli elementi essenziali per soddisfare il “bisogno” (due importanti termini ben conosciuti dagli economisti). Logicamente tale **sensibilità crea anche una certa aspettativa che va “ripagata”**. E come? Chi sono questi escursionisti? Come e dove trovarli? Come convincerli e

condurli verso un determinato territorio? Può bastare la sola passeggiata? Con che cosa la si potrebbe integrare? Quali altri attori potrebbero entrare in scena? **Il territorio può trarre vantaggi per la propria economia?**



“Domande di primavera”. Correva l'anno 2005.

In corrispondenza della fine del corso di marketing (di cui sopra) che proprio in quel periodo prendeva in esame alcuni di questi concetti, entrò “in azione” la casualità. Infatti, durante la ricerca di una particolare location richiestami da un componente della troupe del programma televisivo “Ulisse, il piacere della scoperta” (Rai 3), sul ponte di Fra' Cirillo (posto sull'antica via Clodia) incontrai casualmente un AEN (Accompagnatore Escursionistico Nazionale) il quale, dopo un sintetico scambio di vedute, mi chiese se volevo collaborare con la sua associazione legata alla F.I.E. (Federazione Italiana Escursionismo).



Collaborazione che, dopo vari contatti, partì un anno e mezzo dopo con la programmazione di cinque escursioni sperimentali per il 2008; per entrare meglio nei circuiti e rendere più efficiente l'offerta escursionistica il programma deve tuttora essere inviato entro il mese di settembre dell'anno precedente.

Escursioni fondamentali per capire le esigenze, raccogliere dati reali e comprendere aspettative ed eventuali bisogni degli escursionisti.



La sperimentazione ebbe successo. E partecipandovi anche AEN di altre associazioni aderenti alla F.I.E. Lazio, le "cinque prove" mi portarono la richiesta di programmare con loro, per l'anno successivo, un maggior numero di escursioni. Per il 2009 misi in programma, grazie anche ai preziosi consigli del mio amico AEN "Frà Cirillo", un "format" (usato tuttora) che, oltre alla **classica camminata** nella natura, prevedeva innanzitutto la **pubblicazione on line di una locandina informativa** per ogni escursione con foto e testi essenziali inseriti in una veste grafica "accattivante", l'arricchimento della visita con **più bellezze artistiche ed archeologiche**, la "**festa sociale**" di fine escursione con merenda-degustazione gratuita di **prodotti tipici** in cantina, la proiezione di un **breve documentario a tema** e la possibilità di **acquisto dei prodotti degustati nella**

merenda (assolutamente dopo il filmato; il posizionamento delle varie iniziative nella "scaletta" è un dettaglio importantissimo che va analizzato/preparato con cura e dal quale dipendono sia il consenso dell'evento, sia la predisposizione all'acquisto).

Il format funzionò e suscitò gli entusiasmi sia da parte degli escursionisti, sia da parte dei produttori; ed agli alimentari presto si aggiunsero anche i prodotti artigianali. L'escursionista tuttora valuta positivamente l'opportunità di acquisire direttamente dal produttore le opportune informazioni e di acquistare prodotti di alta qualità al prezzo di produzione (la cosiddetta e tanto acclamata "filiera corta"). Dall'altra parte il produttore, oltre a vendere, ha l'opportunità di acquisire ed instaurare contatti diretti. Sul buon esito e sulle basi del 2009 è nato il programma 2010, arricchito con "arrivi a piedi" presso alcune cittadine "medievali" (con lo scopo di far riprovare l'emozione del "lento avvicinarsi" di campanili, torri e mura), la "calibrazione" delle escursioni su alcuni eventi esistenti e l'inserimento di "bagni termali" e "pranzi a tema" con piatti tradizionali a base di prodotti tipici (organizzati in collaborazione con alcune associazioni di volontariato).

Questi *i partner 2009-2010*: Federazione Italiana Escursionismo Lazio: Sentiero Verde, G.E.P. (Gruppo Escursionistico Provincia di Roma), Appennino Trek ed Esplorando. Extra FIE: Archeofriuli; Archeotuscia; Pro Loco di Blera, Bagnaiola e Vetralla; Istituto Comprensivo Marta Russo (Roma); Istituto S. Maria del Paradiso (Viterbo); Museo del Cavallo (Blera); Gruppo Storico Romano; Centro di Archeologia sperimentale "Antiquitates".

Comuni e territori al momento interessati: Viterbo, Vetralla, Blera, Monte Romano, Villa S. Giovanni in Tuscia, Barbarano Romano, Castel Sant'Elia, Tarquinia, Tuscania, Ronciglione.

Per quanto riguarda le aziende hanno partecipato (ed alternativamente partecipano) n°12 produttori di: olio extra vergine di oliva, vini, terrecotte artigianali, formaggi, salumi e carni varie, dolci, marmellate e miele. In termini di adesioni tra FIE ed Extra FIE, per i due anni di riferimento, ho sommariamente calcolato circa 1.500 "presenze" per il 2009 ed un migliaio nel 2010 (ricordando che siamo ancora a metà dell'anno).

Per le escursioni FIE esiste un programma ben definito (ed unico per tutti gli organizzatori aderenti) consultabile attraverso un volume di 160 pagine prodotto dalla stessa FIE oppure al sito www.fielazio.it.

Molti ancora sono gli aspetti da valutare, tra i quali quelli relativi ai percorsi didattici ed all'educazione ambientale, ma non voglio dilungarmi (anche perché sono due argomenti delicati che andrebbero affrontati più approfonditamente).



Concludo ribadendo che ho **scelto di raccontare questa esperienza soprattutto per la soddisfazione personale e professionale che mi ha dato e che mi da tuttora.** E' un po' come, nello spettacolo, la soddisfazione dell'artista comico quando vede la gente ridere durante la sua esibizione. Non esistono grandi numeri.

... I "movimenti economici" sono limitati. Tutto è piccolo. Ma il piccolo può sempre crescere.