

“IL UICCHENDER”

UN MANUALE PER UNA NUOVA ATTIVITA' DA TERZO MILLENNIO

Lettera ad un amico che ha aperto un ristorante. Che da bancario si è trasformato in ristoratore. Questa si trasforma in un progetto vero che può giovare a chi ha iniziativa, volontà e voglia di farsi strada da solo. Di intraprendere in questo campo, che, con un po' di fantasia si può estendere a molti settori limitrofi, in grado di produrre movimento, vantaggi e ricchezza.

Fra le altre cose suggerisco di costituire un unico centro italiano presso cui convergano - in tempo reale - tutte le notizie relative agli avvenimenti gastronomici, artistici, culturali, paesaggistici, artigianali, fieristici. Nel quale confluiscono anche tutte le caratteristiche di pregio e di eccellenza del territorio italiano, come statue, chiese, opere e luoghi d'arte, musei, particolarità architettoniche, geologiche, paesaggistiche, storiche, floreali, faunistiche, biologiche etc, Con orari e costi.

Queste notizie, consultabili da tutti, potrebbero risultare molto utili ad alberghi, centri turistici, località balneari, Aziende, per iniziative, stage, convegni, feste, escursioni etc. Un tale Centro sarebbe vantaggioso soprattutto per chi sfrutta le bellezze e le iniziative delle varie città e paesi d'Italia e potrebbe contribuire a far crescere l'industria turistica italiana, sfruttando al massimo quella ricchezza che ci pone come i primi al mondo nel possesso di bellezze artistiche, storiche enogastronomiche e culturali, ma che stenta ancora a decollare.

(segue il progetto dettagliato)

INDICE

INTRODUZIONE.....	Pag 2
PERCHE' DIVENTARE UN "UICCHENDER".....	Pag 9
COME TRASFORMARE TUTTI I GIORNI DELLA SETTIMANA IN WEEK-END.....	Pag 13
IL CLUB.....	Pag 14
LA SUA INFORMATIZZAZIONE.....	Pag 15
L'HOUSE ORGAN (Il Giornalino del Club).....	Pag 16
SCHEDE DI INTERESSE.....	Pag 16
CALENDARIO DEGLI AVVENIMENTI.....	Pag 18
SCHEDE UTILI.....	Pag 18
COME CERCARSI UN ELENCO DI PROBABILI CLIENTI (Come e dove reperire i Soci)...	Pag 19
COME ORGANIZZARE PRATICAMENTE I FINE SETTIMANA.....	Pag 21
LA TESSERA PRIVILEGIATA DI SOCIO DEL CLUB PUÒ' TRASFORMARSI	Pag 23
SPONSORIZZAZIONI.....	Pag 24
NON DISPONENDO INIZIALMENTE DI UN PROPRIO RISTORANTE ---.....	Pag 24
AFFILIATI AL CLUB.....	Pag 25
OBBLIGHI E VANTAGGI PER GLI AFFILIATI AL CLUB	Pag 26
FRANCHISING.....	Pag 27
HO FATTO UN SOGNO.....	Pag 28

INTRODUZIONE

Caro Francesco (nome di fantasia),

mi congratulo con te per aver aperto un ristorante in provincia.

Sono lieto che tu sia entrato nel novero di coloro che vogliono sfidare il mercato per verificare la validità di una propria iniziativa.

Di quelli che amano vedere se un'idea per "far soldi" funziona o meno.

Passare da Dirigente Amministrativo a ristoratore, da Funzionario di Banca a trattore, da Presidente di una Federazione Sportiva a gastronomo, da Amministratore di Condomini a quasi Chef, da Dottore Commercialista a gestore di un ristorante, poteva sembrare riduttivo.

Ma è un modo sbagliato di valutare questa tua iniziativa.

La cosa veramente ammirevole è l'essere passato da subordinato (anche se funzionario) a datore di lavoro, da fruitore di benessere a creatore di ricchezza, da chi realizza le idee di altri (anche non condividendole) a chi verifica se le proprie sono migliori.

E lo fa a proprio rischio e pericolo.

Capisco il tuo travaglio e quanto deve esserti costata la decisione di impostare un'attività per te completamente nuova.

Diventare imprenditori non è facile. A cinquant'anni poi è un decisione ancora più difficile. Difficile ma molto motivante.

Per i giovani è diverso. Essi comprendono con minore immediatezza i rischi, ma ne sono stimolati, e spesso li affrontano perché sono, o pensano – talora con incoscienza - di essere, più attrezzati e di avere comunque più tempo per una seconda "chance".

Imprenditori non si nasce ma si diventa.

Talora per scelta, qualche volta per necessità, ma sempre per un ragionamento logico e consequenziale. C'è comunque in tutti noi una spinta naturale a fare piuttosto che a subire.

Di verificare se talune potenzialità che tutti possediamo, valgano la pena di essere messe alla prova. Fidando in una esperienza fatta nei campi più diversi, nell'accresciuto miglioramento nei rapporti con le persone, e nella acquisizione da parte tua di un grande bagaglio di conoscenze nei campi più disparati, hai finalmente riconosciuto in te quella forza e quelle condizioni che ti hanno consentito di fare un salto enorme.

Di passare da chi subisce le idee altrui a chi impone le proprie, le verifica e rischia su di loro.

Quando questo lo fa un giovanotto, utilizzando magari i "prestiti d'onore", può essere frutto di tante motivazioni che non hanno spesso nulla a che spartire con lo spirito imprenditoriale.

Talora l'incoscienza, qualche volta l'aria che hanno sempre respirato in casa, spesso la facilità con cui si rischiano risparmi non propri, né sofferti.

Nel caso tuo è una vera prova di coraggio.

Metti a rischio la liquidazione accumulata in anni di servizio.

Ti sono vicino e apprezzo molto questa tua scelta.

Averla fatta poi in un periodo in cui l'imprenditorialità è vista quasi come una "malattia", come una cosa non del tutto positiva, come una sorgente inesauribile di tasse da riscuotere e non come la sola fonte da cui può scaturire il benessere per tutti, lo trovo veramente ammirevole.

Se non si produce ricchezza non la si può distribuire.

E' solo l'Impresa che produce ricchezza.

E' una verità talmente ovvia da risultare quasi banale.

Di questi tempi invece sembra che la ricchezza si produca per decreto.

Per l'inizio di una attività, in Italia gli adempimenti necessari, sono mediamente 68!

(x) "Messaggero" del 16 dicembre 2006

L'imprenditorialità non è riconosciuta come del tutto costruttiva né facilitata o premiata, ma ostacolata dalla burocrazia e, spesso, dai sindacati, e percepita quasi come sfruttatrice. Come ai tempi del più becero comunismo ideologico. Winston Churchill diceva: "il comunismo è la distribuzione della scarsità e l'organizzazione della miseria".

Ma come fanno gli imprenditori esteri a venire ad investire in Italia! La tassazione sulle imprese è elevata, la Giustizia è lenta, le Banche se ne approfittano, non convincono le Assicurazioni. La burocrazia è di una lentezza esasperante, gli Studi di Settore incombono, abbiamo più leggi da rispettare di ogni altro Paese e non si delegifica, pur continuando a parlarne.

Gli Stati Uniti, con la loro affidabilità economica, vivono al di sopra delle proprie possibilità grazie agli investimenti che pervengono da tutte le parti del mondo. L'Irlanda con le sue facilitazioni (e di recente la Svizzera) per l'impresa ha scoperto di recente questa verità ed ha un ritmo di crescita notevole.

Posso anche comprendere la necessità di creare delle regole per evitare storture come i monopoli, i "cartelli" fra imprese, lo strapotere delle Multinazionali. Di fissare dei paletti ben definiti e corretti per non fare diventare selvaggio il capitalismo che - ammetto - può talora raggiungere la prevaricazione.

Ma, nel dirigere un cavallo in corsa non si può stimolarlo con gli speroni per farlo correre e contemporaneamente tirare le redini per fermarlo.

Sono caduti i "muri". L'ideologia contraria alla libera iniziativa, si è dimostrata impraticabile, produttrice solo di povertà, di sopraffazioni e di gulag, ma non si è ancora creato in Italia un vero spirito liberale e fautore del libero mercato. In Italia non siamo ancora educati al liberalismo.

A costruire, a produrre, e a fare le cose in competizione con il resto del mondo.

Ad affidare alla libera iniziativa, alla concorrenza, il contenimento dei prezzi e non a regolarli per decreto.

Ci si comporta talora come se fosse così, ma in realtà non se ne vogliono comprendere le ragioni profonde ed applicarne tutte le norme.

Compriamo le auto migliori, anche se non italiane, perché riconosciamo che spesso sono fatte meglio delle nostre ed hanno un rapporto costi-benefici a loro vantaggio. Le fabbriche che le costruiscono sono più efficienti, e vincendo questa gara per acquisirti come cliente se ne avvantaggiano e producono più ricchezza per il proprio paese.

Si percepisce il concetto, talora lo si sfrutta, si fa molta demagogia, ma non lo si applica in modo coerente.

Forse non ci si sente sufficientemente attrezzati o non si ha fiducia nelle proprie forze.

Probabilmente il motivo principale è che la maggior parte delle persone ha paura della competizione, del maggior sacrificio che essa comporta e del rischio che ne consegue.

E' molto più facile, più comodo e più sicuro "andare a ... "padrone", piuttosto che rischiare troppo per diventarlo.

Ma se continua così di "padroni" ne rimarranno ben pochi in Italia.

Si preferisce il lavoro tranquillo, cadenzato, programmato e ... senza rischi.

Solo quando ci si sarà resi conto che se non si compete si parte battuti, se non si produce si crea solo povertà, se non si ha il coraggio di rischiare tutti noi qualcosa nel piccolo, si rischierà alla lunga di perdere molto di più.

La libertà stessa di intraprendere e forse anche di pensare liberamente.

Da sempre in Italia il posto fisso ha rappresentato una religione. Ha significato la possibilità di metter su famiglia, comprare casa col mutuo e per il resto ci si affidava alla Provvidenza.

Ancora oggi è considerato più sicuro far parte di una catena di montaggio o stare dietro una scrivania piuttosto che aprire un negozio, diventare artigiano, mettere su uno studio professionale o addirittura una impresa.

Lo strapotere assunto dai sindacati poi, ha ingessato il mercato del lavoro e reso la vita difficile a chi vuole intraprendere una nuova attività.

Pur tuttavia non ci si vuole rendere conto che il posto fisso sta per finire per sempre. Statistiche di questi giorni danno con grande risalto (interessato) che le aziende, le imprese, le iniziative imprenditoriali che nascono sono più di quelle che muoiono. Ma ciò è dovuto solo a necessità di sopravvivenza e non a rinnovato spirito imprenditoriale. La riduzione dei posti di lavoro determinata dal miglioramento della tecnologia e dal taglio netto del personale generato dalla necessità di far quadrare i conti delle imprese, sia per la congiuntura negativa che per l'aumento della competitività dei mercati, ha ormai costretto molti a inventarsi nuovi lavori e ad attivare nuove iniziative per non rimanere disoccupati. Non per una ventata di liberismo convinto quindi, ma per poter sopravvivere. Ben vengano comunque questi nuovi imprenditori ! Impareranno sul campo la competizione e, se andrà loro bene, produrranno altri estimatori del liberismo. Certo correranno più rischi di chi ha studiato o ha fatto la gavetta per diventare imprenditore, ma non hanno altre possibilità. E' come imparare ad andare a cavallo senza prendere le necessarie lezioni da un buon istruttore. Si imparerà a proprie spese subendo impennate, cadute, calci, scontri, e danni. Ma se si avrà costanza, volontà e inventiva, si riuscirà non solo a cavalcare egregiamente, ma anche a fare delle galoppate inebrianti. Però durante l'auto-istruzione talvolta il cavallo si può tramutare in tigre e allora "cavalcare la tigre" non è piacevole. Ci vorrà forse più di una generazione per istillare nei giovani il concetto di impresa, di competizione e di libero mercato e portarli anche attraverso una preparazione scolastica e professionale, ad una scelta motivata ad intraprendere. Ma non sarà certo l'attuale scuola dell'obbligo e quella superiore a spingerli in questa direzione. Bravo Francesco, Benvenuto nel libero mercato! Ci sono dentro da qualche anno e spero di poterti essere utile con qualche idea. Ma poiché mi conosci e sai che non mi piace la superficialità, il pressapochismo e cerco di andare un po' più a fondo nelle cose, devi sopportare la mia logorrea. Come ciascuno di noi, hai certamente un bagaglio di esperienze, e conoscenze ed hai avuto una grande quantità di contatti con professionisti, artigiani, free-lance e imprenditori di tutti i generi, piccoli medi e grandi, ma potresti avere una visione "esterna" del libero mercato. Più da spettatore che da attore. Attrezzarsi pertanto per passare da spettatore ad attore, ritengo sia fondamentale. Avrai già toccato con mano qualcuna delle 150.000 leggi che ci affliggono. Mentre scrivo probabilmente ne sto infrangendo qualcuna! In Italia vige il concetto che si può fare solo quello che non è vietato. E continua ad aumentare il numero dei divieti. Sono talmente tanti che non puoi conoscerli tutti e spesso ne vieni a conoscenza quando può essere troppo tardi per evitarli. Sai quindi quale è il nemico numero 1 di chi vuole intraprendere: l'eccesso di leggi e la burocrazia che ne consegue. Sembra che questa incida per l'1% sull'intero prodotto interno lordo del Paese. Invece di ampliarsi, gli spazi di libertà di intraprendere, sembra che questi si vadano restringendo. In un paese veramente liberale e liberista si dovrebbe creare una legislazione favorevole all'imprenditorialità (e, contemporaneamente, dare una buona sfolta a numerose vecchie e polverose leggi e "laccioli" che la impastoiano) e in tale atmosfera, chi volesse mettere su un'impresa verrebbe facilitato a superare gli infiniti ostacoli che gli si presentano, senza aggiungerne altri. In Italia, sembra che, le Commissioni di Controllo servano più per creare poltrone che per effettive e sane verifiche, ed ogni pretesto è buono per intralciare o spesso sfruttare chi intende avviare una qualsiasi attività.

L'efficacia di controllo e di indirizzo di uno stato che punta veramente sull'impresa, dovrebbe essere visibile, costruttiva, stimolante.

Invece in tutta Italia c'è ancora il concetto del "pizzo" non solo nel profondo sud!

Mungere a più non posso chi produce ricchezza. Tassare il più possibile le imprese.

Ma tant'è. Dobbiamo confrontarci con questa realtà.

Con la realizzazione pratica delle proprie idee gli uomini capaci hanno l'opportunità di raggiungere il successo - talora la fama - sicuramente l'indipendenza intellettuale.

Nel libero mercato, comunque, vince chi ha le idee migliori e le attua nel modo più valido.

Sono le idee che scaturiscono da un esame critico a tutto campo sull'attività che si è scelta ed avviata, a renderla vincente.

Talvolta la gente ha buone idee, ma non ha il coraggio o la faccia tosta di attuarle. Anche se sembrano giuste e convincenti.

Si ha paura di perdere la faccia nell'attuare certi comportamenti.

In questo campo, il pragmatismo anglo-sassone è vincente proprio perché negli Stati Uniti ed in Gran Bretagna, se un'idea è valida, viene messa subito in pratica per avvantaggiarsene e battere la concorrenza. In qualche film o in televisione hai mai visto in taluni uffici privati americani sfrecciare gli uscieri su pattini a rotelle di gomma per la consegna rapida delle pratiche?

Te lo immagini se questo avvenisse all'interno di un ufficio statale italiano? Magari in un ministero? E' molto più facile criticare che costruire.

E' ancora più difficile rendere concrete le idee, realizzare i sogni, verificare sul campo un progetto contro una platea di difficoltà che sembra sterminata.

Pascarella, nella "Scoperta dell'America" diceva di Cristoforo Colombo sull'America:

" ... e più lui s'ammazzava pe scoprilla e più quell'antri gliela ricoprivano..."

Eppure questa è la base del libero mercato. Se hai un'idea, ti sembra innovativa, ed hai la forza di metterla in pratica essa risulterà vincente, se il mercato la troverà valida.

Allora avrai una vera, piena, esaltante soddisfazione intellettuale e spesso anche pecuniaria.

Avviare un'attività in qualunque campo può presentare inoltre una serie di opportunità da settori che spesso non sembrano nemmeno così vicini, ma che hanno degli elementi comuni e che possono produrre ottime sinergie con quella principale ed occasioni produttive talora insperate.

Sfruttare tutte le opportunità vicine o lontane al settore scelto, potrebbe determinare introiti che, in prospettiva, potrebbero risultare anche superiori all'attività principale.

Queste opportunità - anche piccole - possono contribuire comunque ad incrementare i guadagni o a superare fasi di stagionalità e contingenze negative del mercato.

Un mio vecchio cliente, che possedeva una cava di marmo ed una fabbrica di carta, sosteneva di avere raggiunto, con queste due attività, il punto di equilibrio.

Quando il mercato tirava, le costruzioni si moltiplicavano e la cava di marmo, producendo al massimo materiale per i rivestimenti delle abitazioni, lo sosteneva. Quando il mercato era in calo, si costruivano meno case e si vendeva meno marmo, ma si discuteva molto di più, si vendevano più giornali e la sua fabbrica di carta gli consentiva la sopravvivenza.

Guardare a 360° intorno alla propria attività e coglierne le possibilità che provengono da tutti i campi, può permettere di trovare discrete opportunità che favoriscono in qualche modo l'attività principale, consentendo talora di ricavare da essa redditi non previsti.

Può succedere che l'attività principale diventi solo un'occasione per produrre danaro e che quello che si mette in atto al suo intorno diventi la cosa più importante, più coinvolgente, che assorba più energia, tempo e creatività, e dia anche le maggiori soddisfazioni.

Ti faccio un esempio.

Se dopo aver portato 4-5 coppie di conoscenti a visitare, per tutta una mattinata, i dintorni di XXXX, dove hai aperto il ristorante, a far vedere loro le bellezze della natura, la casa dove viveva l'uomo più famoso della zona, qualche reperto archeologico e qualche altra curiosità interessante, come uno degli ultimi nidi di aquila reale, o un tipo di orchidea che vive solo nella tua zona, e si

finisce a mangiare nel tuo locale, questo diventa non il soggetto principale di una gita ma un suo ottimo completamento.

Fare quindi del pranzo nel tuo ristorante la conclusione finale di una bella giornata dedicata a visite culturali, passeggiate salutari, trekking con finalità paesaggistiche, naturalistiche, archeologiche, storiche, etc., può rendere il tutto più piacevole e giustificabile.

Il ristorante rimane comunque, all'inizio, il principale produttore di reddito, il centro dell'interesse commerciale, ma ne sfumano i contorni e le motivazioni.

La cosa più coinvolgente potrebbe divenire l'occupazione piacevole ed intrigante della mattinata o anche del pomeriggio, passati a conoscere cosa offrono d'interessante i dintorni di XXXXXX e che si conclude - come è giusto che sia - con "i piedi sotto il tavolino".

Il mangiare, in quanto tale, in questa nostra epoca di benessere, non è più come una volta il motivo principale per muoversi, e per sottoporsi ad un ulteriore stress.

Percorrere 70÷ 80 chilometri fra andata e ritorno su quella macchina che non vedi l'ora di lasciare in garage perché sei stufo del traffico che hai subito per tutta la settimana, sembra un handicap non indifferente per la tua attività, e bisogna che il tuo cliente abbia delle buone motivazioni per superarlo.

Mediamente l'italiano è sovrappeso ed il mangiare - fine a se stesso - crea anche sensi di colpa.

Il mettersi in viaggio attraverso strade che spesso non si conoscono e affrontare anche un tratto di autostrada si fa per eventi eccezionali. Per ristoranti eccezionali.

Ritengo che siano necessari anni per acquisire la fama dei ristoratori di Frascati e dei Castelli. Anni perché la fama di un ristorante meriti una menzione sulla Guida Michelin.

Abbinare invece il moto, la passeggiata, l'attività fisica in ambienti nuovi ed interessanti che occupino non solo la mezz'ora o l'ora del pranzo, ma una mattinata o l'intera giornata, giustifica non solo il disagio del viaggio andata e ritorno da XXXXXX, ma anche la "abbuffata" che ne consegue. E' necessario trovare quindi tutte le attrattive possibili offerte da XXXXXX e dal territorio limitrofo, per stimolare l'interesse dei probabili clienti e giustificare una gita, una passeggiata, del trekking o altro.

Ti faccio un esempio:

Se personalmente tu mi organizzassi una passeggiata a cavallo nei boschi intorno a XXXXXX o mi indicassi un maneggio che la offra, questo mi spingerebbe a convincere mia moglie ed i miei figli o amici appassionati, come me, di equitazione, a passarvi un sabato o una domenica e - ovviamente - a venire a pranzo, e perché no, anche a cena, nel tuo ristorante.

Il concetto è questo: se ti fai promotore ed organizzatore di un fine-settimana che abbinati l'attività fisica con l'interesse culturale allora inevitabilmente il tuo ristorante avrà successo, perché lì si finirà la giornata, affamati, con grande soddisfazione e senza ... sensi di colpa!

Allora affinché i clienti siano parecchi, i motivi di interesse da cercare nei dintorni di XXXXXX dovranno essere molti, i più diversi e nei campi più disparati più riuscirai a trovare spunti naturalistici, di storia, di artigianato, gastronomici, e di ogni altro genere che possano stimolare il maggior numero di persone, più potrai offrire motivi di soddisfazione alla loro curiosità ed occasioni di attività fisica.

Più amplierai la platea dei probabili clienti che potranno essere interessati anche al tuo ristorante. Questo farà loro superare l'handicap della distanza dalla città, l'uso dell'automobile e a trovare una sana giustificazione anche per una bella mangiata come si deve !

Sebbene i giovani siano quelli più stimolati dalla curiosità e dall'attività fisica, io ritengo che tu debba puntare soprattutto sui clienti di mezza età che - in genere - presentano:

- maggiore disponibilità di danaro
- meno stimoli di "altro genere" che li distraggono
- mogli, figli e nipoti sotto la loro influenza
- il lavoro che li stressa durante il giorno (oppure il maggior tempo disponibile dato dall'essere in pensione)
- una vita sedentaria (come la maggioranza degli italiani) perché magari non trovano sufficienti

- motivazioni per fare moto e superare una pigrizia atavica
- che necessitano di input culturali più dei giovani che, in una parola, cercano una valida occasione per passare un fine-settimana nuovo ed interessante, socializzando con altre coppie, facendo del moto ... e perché no, anche per una bella mangiata in compagnia!

Spendere 80 o 100 Euro la coppia, per un'intera giornata che offra queste occasioni, non la ritengo una cifra esagerata.

Sorbirsi 1 ora di macchina fra andata e ritorno per fare qualcosa di diverso allora non pesa.

Secondo il mio parere dovresti quindi offrire dei fine-settimana attraenti, dei week-end stimolanti.

Organizzare quelle che una volta si definivano: "scampagnate" fuori porta!

Inizialmente a coppie di amici e conoscenti e successivamente a coloro ai quali riuscirai a far apprezzare questa tua nuova attività, ed a colpirne la fantasia.

E subirai una sana metamorfosi:

Da gestore di ristorante ad organizzatore di fine-settimana.

Da compilatore di menù ad animatore.

Da speculatore sulla bistecca a promotore di incontri culturali.

Da produttore di colesterolo a distruttore di radicali liberi.

Da stimolatore di succhi gastrici a fautore della salute.

Per dirlo in "Gramelot", lo scombiccherato linguaggio degli artisti del palcoscenico, dovresti diventare un vero "**Uicchender**"!

Cioè un organizzatore e venditore di fine-settimana interessanti

Sarà pure un neologismo orribile, ma sono convinto che questa possa divenire una vera e propria attività di successo per il III° Millennio. Come, sono certo, avranno successo tutte le attività legate all'accresciuto benessere, come – in assoluto - quella della ristorazione, del turismo, del tempo libero, dello sport, della cura del benessere e del proprio corpo.

Dalle considerazioni che seguono potrai impostarne il BUSINESS PLAN.

PERCHE' DIVENTARE UN "UICCHENDER"

Esamina la vita delle coppie di mezza età italiane.

I figli o sono all'università (e sono pressoché autonomi) o sono addirittura sposati ed ormai fuori dall'ambito strettamente familiare, ma subiscono talora l'influenza -e i suggerimenti dei genitori. Hanno raggiunto un certo benessere ed hanno a disposizione molto tempo libero (se sono in pensione) e sicuramente alcuni fine-settimana.

Il fine-settimana è stato sempre per l'italiano un obiettivo nel quale procurarsi una forma qualsiasi di godimento, di curiosità, di piacere, in una parola di "giulebbe"!

Si comincia a pensare ed a desiderare già dal lunedì seguente, al fine-settimana successivo.

Cosa fare di nuovo, di più interessante, di più stimolante.

Probabilmente questo aiuta a sopportare il lavoro.

Chi ha un hobby - in genere l'uomo - si comporta da monomaniaco e viene spinto il più possibile a goderselo nel fine-settimana.

Spesso la propria compagna viene sacrificata a questo hobby e rimane in casa o va dalle amiche.

Sono pochissime le coppie che a cinquanta o a sessant'anni hanno gli stessi hobby e li vivono insieme.

Questo determina spesso per lui sensi di colpa perché il suo egoismo gli fa trascurare il piacere della compagna.

Ogni nuova occasione che si presenti per catturare l'interesse di entrambi e far loro trascorrere il fine-settimana insieme è quindi bene accettata e ricercata.

Per un sessantenne in una vita media di 78 anni - come l'attuale - rimangono - sempre in media - 18 anni di vita attiva, che corrispondono, grossomodo, a circa 936 fine-settimana.

Secondo una valutazione di larghissima massima, 2 fine-settimana su 3 vengono utilizzati per obblighi vari verso parenti e affini, per matrimoni, battesimi, periodi di ferie fisse in altre località, impegni nella seconda casa, visite a musei e doveri di ogni genere.

Gli rimarrebbero quindi all'incirca 312 fine-settimana fruibili liberamente.

Non sono poi molti e vanno spesi bene!

"Carpe diem"! Afferra il giorno. Anzi il fine-settimana!

Dovresti organizzarti ed attivarti per offrire loro dei fine-settimana che valgano la pena di essere vissuti e goduti in coppia.

La buona salute, di cui ormai gode la terza età, fa sì che il footing - il camminare - sia forse l'attività fisica più praticata.

Farsi una passeggiata significa fare del moto e conservarsi in salute, ma farla in città è squallido e spesso - per l'inquinamento - anche controproducente.

Fare una passeggiata di qualche ora insieme alla propria compagna e ad altre coppie di amici, accomunati magari dallo stesso interesse culturale, dovrebbe essere una motivazione sufficientemente valida.

E dopo una passeggiata, stimolante, mettere i piedi sotto il tavolino e godersi un bel piatto di fettuccine è il naturale completamento di un fine-settimana piacevole.

Giustifica una spesa moderata e non fa pesare il ritorno in macchina (tra l'altro si può organizzare anche quello).

Nei paesi ricchi l'organizzazione del lavoro, la meccanizzazione e la computerizzazione avanzate, portano inevitabilmente a ridurre il tempo da dedicare al lavoro.

Siamo agli inizi della mondializzazione (detta anche globalizzazione) che fornirà eccezionali occasioni anche alle imprese ed al singolo.

Ho letto su una vecchia rivista che già da tempo i dentisti francesi affidano i calchi delle protesi presi il lunedì ai clienti, ad una organizzazione che raccoglie gli ordinativi e li spedisce via aerea in una piccola cittadina della Cina del Sud dove vengono preparate e rispedite due giorni dopo, sempre per via aerea, al dentista che il lunedì successivo le impianta nella bocca dei pazienti a costi molto più bassi.

Qualche anno fa, il Ministero delle Finanze Italiano ha appaltato l'informatizzazione del Catasto ad una impresa che fa eseguire questo lavoro in Albania.

Le linee aeree svizzere hanno trasferito a Bombay in India, il loro ufficio contabilità, perché il costo del personale è 40 volte più basso, e perché ora la trasmissione dei dati a mezzo computer è divenuta rapidissima e di basso costo.

La globalizzazione e l'informatica consentono lo spostamento pressoché immediato di somme inimmaginabili, semplicemente schiacciando il tasto di un computer.

Si può già comperare dal Canada - via Internet - una bicicletta italiana, pagandola in franchi francesi.

Aziende italiane si delocalizzano in quei Paesi che hanno i costi del personale più bassi, realizzano il loro prodotto in loco, lo importano e lo vendono poi in Italia come se Vi fosse stato costruito, realizzando notevoli utili.

Hanno seguito l'esempio degli Stati Uniti che producevano in Taiwan e reimportavano e vendevano negli States. Ora sono in auge Cina ed India in particolare. E noi trasferiamo gratis in quei Paesi il nostro Know How.

Mi domanderai: "che ci azzecca" la mondializzazione o globalizzazione con il mio ristorante?"

Questo è un passaggio epocale determinato dall'informatizzazione, dalle fibre ottiche, dai chips di silicio, dalla nanotecnologia, dalle energie alternative, dalle autostrade elettroniche, da Internet.

Il vapore, le ferrovie, l'energia elettrica e l'energia atomica sono state invenzioni così importanti da modificare la vita di tutti i giorni ed a caratterizzare profondamente l'epoca della loro diffusione. Ciascun ciclo di sviluppo, innescato da grandi innovazioni, ha determinato la scomparsa di alcune categorie professionali e la nascita di altre, spesso del tutto nuove.

Stanno diminuendo i cassieri delle banche per l'aumento delle carte di credito, e perché ora le operazioni bancarie si fanno da casa. Si riduce il numero dei disegnatori per l'uso delle tecniche CAD-CAM.

Le assicurazioni si vendono per telefono, o su Internet, senza intermediazioni. Fai tutto da solo.

Le banche cercano in tutti i modi di farti operare on-line. Per far fare a te tutte le operazioni che richiederebbero, da parte loro, costosi impiegati.

Quando cerchi di telefonare ad un ufficio reclami non hai più un interlocutore con cui lamentarti, ma ti trovi a vedertela (anzi a sentirtela) con una voce su un disco registrato che ha la funzione di una reception, e devi districarti fra numeri, lettere e cancelletti, fino a che, magari, disperato, rinunci.

Tutto perché il costo del lavoro si fa sempre più elevato e la tecnologia consente di sostituire la macchina all'uomo.

Ma le complicazioni si stanno facendo sempre più frequenti e numerose (per esempio quasi non esiste più la macchina da scrivere e, per dattiloscivere una lettera, devi conoscere word, stanno scomparendo gli strumenti analogici sostituiti da quelli digitali), per cui si arriverà al punto che, dato che le aziende stanno riducendo il loro personale, a parità di efficienza, quelli della vecchia generazione dovranno ricorrere necessariamente ad un segretario di nuova generazione per gestire la propria vita! Nascerà una nuova figura professionale, il "badante" digital-informatico!

Stanno nascendo nuovi lavori come il "telelavoro", si stanno intensificando in modo quasi incontrollato i "call-center". Tutto per merito dei sistemi informatici.

L'informatica avrà fra l'altro il pregio di facilitare sempre di più il lavoro dell'uomo, riducendo il tempo che egli dedica alla produzione di quanto gli è necessario per sopravvivere.

Ne consegue che si avrà un benessere crescente ma soprattutto maggior tempo libero per goderselo.

Si insiste sulle 35 ore lavorative settimanali (per motivi sindacali) e di gestirle come si vuole. Quando il PIL cresce si parla già di lavorare 4 giorni a settimana.

Si profilano quindi fine-settimana di 3 giorni.

Il maggior tempo libero a disposizione della gente diventerà, a mio modo di vedere, il settore che presenterà fra le più interessanti opportunità di lavoro e di guadagno.

Con il recente allargamento della Comunità Europea a 27 Paesi e l'estensione della moneta unica, si avrà un incremento dei commerci, si produrrà una maggiore ricchezza, si disporrà quindi di più denaro e si avrà maggior tempo libero a disposizione per spenderlo.

Ne fanno già fede i settori del fitness, della cura del proprio fisico e della propria salute, che stanno commercialmente diffondendosi alla grande.

Ed è quindi in questo settore del tempo libero che potresti attivarti fruttuosamente per sfruttare al meglio il Tuo ristorante.

Secondo me, il tempo libero diverrà uno dei maggiori money-maker del prossimo futuro.

Vanno moltiplicandosi le iniziative multimiliardarie e gli investimenti megagalattici nelle città del divertimento.

Già adesso le gigantesche Disneyland, il Park Asterix, ed altre, in molti Paesi, sono imprese da miliardi di Euro di fatturato annuo.

In Italia abbiamo Mirabilandia, Gardaland e numerosi parchi acquatici.

La pubblicità punta sui bambini, ma chi decide di portarceli sono i genitori. E sono impostate anche per la soddisfazione di questi ultimi.

Aumenta comunque, con sicura progressione, la realizzazione dei *divertimentifici*.

Il cantante americano Michael Jackson sembrava che stesse per investire oltre 1.000 milioni di dollari nella costruzione di una città di questo genere nei pressi di Civitavecchia.

Puntare sul tempo libero e quindi sui fine-settimana degli Italiani, non è poi un'idea così peregrina. Statistiche che si ascoltano sempre più di frequente, riportano poi che l'età media degli Italiani cresce costantemente e la bassa mortalità farà sì che negli anni 2000 vivranno molti più cinquantenni, sessantenni e settantenni in buona salute, che saranno in cerca di piacevoli fine-settimana.

Quindi anche la platea dei possibili clienti sarà crescente.

Sembra poi che l'Italiano sia molto più generoso di altri popoli quando si trova in ferie, all'estero o in gita.

E', cioè, più disponibile di altri a spendere per il proprio svago, divertimento e piacere.

Queste potrebbero essere ottime prospettive per una nuova attività che punti a organizzare i fine-settimana.

Comunque è sempre meglio non attendere che il pesce abocchi all'amo a cui è attaccata un'esca (che spesso risulta difficile da scegliere e da rendere appetibile), ma prendere maschera e fucile e andarsi a cercare la preda.

Il pesce c'è e in abbondanza, ma sono molte le lenze che pescano in questo mare.

COME TRASFORMARE TUTTI I GIORNI DELLA SETTIMANA IN WEEK-END

L'organizzare e proporre gite interessanti culturalmente, gastronomicamente e sportivamente solo per i fine settimana, potrebbe risultare aritmeticamente limitativo. Esiste un solo week-end a settimana e potrebbe essere, alla lunga, insufficiente per il fatturato.

Ma questo potrebbe essere solo l'inizio per questo genere di attività.

Per avere il tempo di attrezzarsi, di conoscere bene i dintorni del tuo ristorante, di prendere buoni contatti, di esaminare le realtà locali, le feste, gli avvenimenti, l'affidabilità delle cose e delle persone su cui poter contare, e di mettere a punto l'organizzazione.

Il tempo libero disponibile nei fine- settimana ce l'ha soprattutto chi lavora e quindi pressoché tutti fino ai 60-65 anni.

Ma verso quella età la maggior parte delle persone va in pensione e quindi, per costoro, ogni giorno della settimana può diventare una buona occasione di svago attivo.

Se si punta pertanto su una classe di probabili clienti over 60, si possono sfruttare tutti i giorni della settimana.

Tutti i giorni dell'anno potrebbero essere utilizzabili.

Tutte le stagioni presentano cose interessanti, tipiche e caratteristiche.

E non ci saranno limitazioni nel numero dei fine-settimana alla "Carpe diem"!

IL CLUB

I buoni risultati di qualsiasi iniziativa scaturiscono soprattutto dall'efficienza e poiché l'efficienza dipende dal come ci si organizza, la prima cosa da fare sarebbe di mettere su un "Club". Per "Club" intendo una forma di organizzazione che cerchi di avere il maggior numero di soci interessati a quello che si vuole loro proporre e di tenerli informati sulle iniziative che si offrono loro. Per le finalità che si vogliono raggiungere il nome più adatto di questo sodalizio potrebbe essere il plurisfruttato ... "Carpe diem". (Appunto!). (Uso questa allocuzione perché esprime bene quello che intendo, ma qualsiasi altro nome o acronimo andrebbe bene)

Elemento primario e fondamentale del sistema organizzativo dovrebbe essere la scheda del cliente. Essa dovrà necessariamente riportare la maggior parte di questi elementi:

- ◆ nome e cognome di lui e di lei;
- ◆ la loro data di nascita e di matrimonio;
- ◆ se hanno figli;
- ◆ la loro professione attuale o precedente (se in pensione);
- ◆ la nazionalità e dove sono nati;
- ◆ il loro indirizzo e numero di telefono(possibilmente anche del cellulare);
- ◆ il numero di fax e la email a cui sono reperibili;
- ◆ i loro hobby nei dettagli e possibilmente quelli dei figli;
- ◆ i loro handicap fisici o le limitazioni nel moto;
- ◆ i cibi preferiti (o obbligati dalla religione);

ed ogni altro elemento che sia utile per individuare:

- a) I loro gusti culturali;

- b) I loro gusti gastronomici;
- c) Cosa li interessa in generale ed in particolare;
- d) Gli sport che praticano o apprezzano;
- e) Notizie particolari della famiglia
- f) Come raggiungerli con informative, circolari, il giornalino del club per le iniziative da proporre loro.

Il tutto con la loro autorizzazione alla privacy e dimostrando che tali dati saranno ben protetti..

Con il computer è oggi facile gestire un "data-base", un elenco clienti, con una elevata quantità di dati. La memoria attuale degli hard-disc, è enorme. Con una stampante, un fax un computer ed un modem si può facilmente comunicare con loro in tempo reale, anche attraverso il proprio telefono, o con "messaggini" sms e mms.

Se hanno un videofonino li puoi anche vedere in faccia, o far loro vedere foto dei luoghi dove li porteresti.

Sono inoltre disponibili software che consentono di evidenziare (dal data base) elementi come le date di nascita di lui o di lei per inviare automaticamente, auguri, inviti, partecipazioni etc. Per avvertirti automaticamente delle date di tutti gli avvenimenti del circondario, anche divisi per categoria, e tutti gli elementi che ti serviranno per le promozioni.

E' evidente che l'acquisizione di tutti questi dati può non essere semplice e ottenibile tutta in una volta, ma con una sana inventiva (dei test divertenti durante un intrattenimento?) ed agendo con costanza, si può aggiornarli con continuità, garantendo loro la massima privacy.

Affidando un numero ed una categoria codificata, a ciascuno di essi (e realizzando una bella tessera plastificata da offrire loro, (magari dotata di un chips) si avrebbe il materiale base su cui lavorare.

LA SUA INFORMATIZZAZIONE

E' facile trovare in commercio programmi per computer che - a domanda - ti fanno elencare ed estrarre, tra gli elementi in memoria, chi ha le caratteristiche che cerchi.

Si potrà pertanto memorizzare i clienti e ricercarli.

- per data di nascita
 - per data di matrimonio
 - per hobby di lui
 - per hobby di lei
 - per interesse culturale di lui
 - per interesse culturale di lei
 - per sport praticati o apprezzati da lui – per sport praticati o apprezzati da lei – per sport praticati dai figli
 - per i loro gusti gastronomici
 - per gli studi fatti e i corsi professionali e non – per il tipo di lavoro svolto
 - se sono in pensione
- etc.

Sarà quindi agevole:

- 1) Creare gruppi di coppie o singoli - omogenei per cultura, gastronomia, sport e curiosità

- 2) Crearsi un elenco di probabili interessati per future iniziative mirate
- 3) Crearsi una base di probabili clienti a cui proporre successivamente vendite di prodotti doc locali anche per corrispondenza, o altro
- 4) Avere notizie valide per la gestione del ristorante
- 5) Stabilire statistiche utili per i fine-settimana tipo
- 6) Selezionarli singolarmente o in coppia per azioni promozionali e mirate.

La legge attuale sulla "privacy" impone comunque l'obbligo da parte di chi mantiene un simile tipo di schedario di autodenunciarsi all'Authority ed avere il benessere degli schedati all'uso delle informazioni riservate, dando garanzie sul dove e come vengono conservati i dati e chi ne è il responsabile...

L'HOUSE ORGAN (Il Giornalino del Club)

Una semplice circolare a 2 fogli o 2 pagine (4 facciate) di giornalino inviati periodicamente per posta agli indirizzi dei soci - o direttamente per fax – o per email (che costa meno), ti consentiranno di tenerli informati:

- a) delle iniziative per i fine-settimana programmati
- b) delle iniziative gastronomiche del ristorante
- c) delle saghe, feste patronali, fiere, mercati artigianali etc. dei paesi limitrofi
- d) di ciò che di volta in volta avrai scoperto di interessante nei dintorni, in tutti i campi dello scibile
- e) delle strane leggende o curiosità offerte dai castelli vicini, monumenti, curiosità artigianali, rarità geologiche, faunistiche, botaniche, gastronomiche, etc.
- f) si potranno tenere piccole rubriche sui prodotti tipici della zona, sulle erbe curative etc.
- g) si potranno informarli su tutte quelle iniziative di vendita, di prodotti e di servizi, (che successivamente potrai mettere in atto)
- h) si potranno chiedere suggerimenti
- i) si potranno fare statistiche
- j) si potranno fare proposte indirizzate selettivamente a coloro che praticano quello sport - che hanno quell'hobby - che hanno lo stesso interesse culturale etc.
- k) si potranno inviare degli auguri per i compleanni dei soci, o proporre l'organizzazione di pranzi in occasione dell'anniversario del loro matrimonio. (Compreso l'invio degli inviti con la mappa per individuare il locale).
- l) se alla fine della circolare o del giornalino si provvedesse a stampare una cartolina di ritorno (anche via fax) con gli argomenti sui quali i soci vogliono maggiori informazioni, o per la prenotazione dei fine-settimana, o per loro proposte o richieste, si otterrebbe un feeling sempre più stretto con loro. Si può anche preparare dei form, spedirli per email e pregarli di rispedirli con lo stesso mezzo.

Con “il giornalino del club”(anche virtuale), si avrà un valido strumento di comunicazione e di vendita che diventerà la base di questo nuovo genere di lavoro. Un cordone ombelicale con i soci del club, anche se attraverso un apposito sito internet si potrebbe avere un filo diretto con loro in tempo reale ed accogliere anche le loro eventuali proposte.

SCHEDE DI INTERESSE

Se dovessi elencare e schedare i motivi più comuni di interesse per la gente, da ricercare nei dintorni della località da Te scelta per il Tuo ristorante e da poter offrire loro, nutrirei il computer con i seguenti argomenti:

STORIA LOCALE: UOMINI CELEBRI - BRIGANTI - SANTI - FAMIGLIE PATRIZIE - SCONTRI E BATTAGLIE FAMOSE - LEGGENDE.

OPERE D'ARTE: CASTELLI - PALAZZI BARONALI - MUSEI - CHIESE - CHIOSTRI - ROCCHIE - BASTIONI - PONTI - MURA CICLOPICHE - MONUMENTI - AFFRESCHI - STATUE - EREMI.

ARCHEOLOGIA: ANTICHE MURA - STRADE - TOMBE - INSEDIAMENTI - COLOMBARI - CISTERNE - INDUSTRIE - CANALI - TERME - RESTI DI VILLE - MOLI - A. INDUSTRIALE.

GEOLOGIA: FONTI E PISCINE TERMALI - SORGENTI - FENOMENI CARSIICI COME DOLINE - ANTICHE MORENE - GROTTI - VULCANI - SOFFIONI - FANGHI - MAGNETISMI - ROCCE DI FORMA CURIOSA - PRESENZA DI MINERALI - PIETRE DURE - CRISTALLI - RARITÀ' MINERALOGICHE- BOMBE VULCANICHE - AFFIORAMENTI PALEONTOLOGICI - FOSSILI - PUNTE DI FRECCIA - RASCHIATOI - CASCATE - ANTICHE MINIERE - PRESENZA DI IRIDIO NELLE ROCCE.-

FLORA E FAUNA: ESSENZE LOCALI - FIORI PARTICOLARI - ANIMALI INSOLITI DA OSSERVARE CON IL BINOCOLO (per gli amanti del "bird-watching") - PRESENZA DI CINGHIALI - AQUILE - FALCHI - FAGIANI - LEPRI ETC. - MUSEI FORESTALI - PARCHI PROTETTI - BOSCHI - PERCORSI PANORAMICI - FIORI ESOTICI

GASTRONOMIA: CIBI TIPICI - FUNGHI-TARTUFI - VENDITA LOCALE DI MIELE - OLIO - VINO - SOTTACETI - INSACCATI - FRUTTA SECCA - MAXI PADELLATE DI PESCE O ALTRO - FRUTTI DI BOSCO - LIQUORI E ALTRI PRODOTTI DI FRATI - O ALTRE COMUNITÀ' LOCALI - RISTORANTINI VERAMENTE TIPICI.- SAGRE DI OGNI GENERE

ARTIGIANATO: MERLETTI - LAVORAZIONI AL TOMBOLO - ALL'UNCINETTO - MARMO E LEGNO SCOLPITI - FERRO BATTUTO - LAVORAZIONI DI SCARPE - CIOCE - SANDALI - BAMBOLE - GIOIELLI - ARTISTI LOCALI- VETRATE ARTISTICHE - RAME LAVORATO - ACQUARI - PUPARI

FOLKLORE: FIERE - MUSICA IN PIAZZA - BANDE DI PAESE - FESTE PATRONALI - PALI - PROCESSIONI SUL LAGO - GARE DI CAVALLI - DI BOSCAIOLI - LANCIO DI ROCCHIE E FORMAGGI - PALI DELLA CUCCAGNA - CORSE DI BOTTI - LANCIO DI BANDIERE - CORTEI IN COSTUME - SFIDE FRA CONTRADE E RIONI - GARE DI ABUFFATE - GARE DI TIRO ALLA FUNE - CON L'ARCO - CON LA BALESTRA - GARE STRANE LEGATE A SFIDE STORICHE O DA GUINNES DEI PRIMATI - GARE DI SPORT TRADIZIONALI - CORSE DI ANIMALI - QUINTANE - BOCCIODROMI.

MANEGGI PER L'EQUITAZIONE: PASSEGGIATE A CAVALLO - CORSE DI CAVALLI - PERCORSI PER CROSS COUNTRY - GARE DI DRESSAGGIO O DI ALTRO GENERE - FIERE DI CAVALLI - FESTE BASATE SUL CAVALLO - PERCORSI SU CARROZZELLE.

AVIOSUPERFICI E COMPLESSI SPORTIVI COME: LAGHETTI ARTIFICIALI PER PESCA SPORTIVA - PISTE DI GO-CART - DI AUTOCROSS - DI MOTOCROSS - DI CICLOCROSS - DI MINIMOTO - PERCORSI DI MOUNTAIN BIKE - DI TREKKING - PARCHI DI DIVERTIMENTO - IMPIANTI TIPO ACQUALAND - COMPLESSI POLISPORTIVI – PERCORSI PER IL RAFTING - PARETI ROCCIOSE PER ARRAMPICATE DI SCALATORI – ALLEVAMENTI DI CANI O DI ALTRI ANIMALI

AGRITURISMO E CAMERE A DISPOSIZIONE - OSTELLI - CASE DI ACCOGLIENZA PER PELLEGRINI - MONASTERI OSPITALI - ALBERGHI – CAMPING - TENDOPOLI

ESCURSIONI A PIEDI: PERCORSI PANORAMICI - VIOTTOLI E STRADE IN PARCHI - BOSCHI.

MUSEI DI OGNI GENERE E TIPO

(L'Italia è piena di storia, di monumenti, di chiese, di manifestazioni naturali, geologiche, culturali, sportive, sociali di ogni tipo e ciascuno degli oltre 8.000 Comuni, soprattutto quelli più piccoli, presenta nelle sue vicinanze una o più di tali rarità, ma queste non vengono evidenziate a sufficienza. Le ferrovie a bassa o ad alta velocità, ma soprattutto le autostrade non le segnalano con una cartellonistica adeguata, e la velocità dei trasferimenti fa sì che vengano sempre più trascurate e ignorate. Eppure sono piccole meraviglie che meritano spesso, una maggiore attenzione, una deviazione dal percorso prescelto, per godersene, da parte degli stessi Italiani che non sempre le conoscono. I Paesini, quelli un poco più distanti dalle città, si vanno spopolando per l'inurbamento, e vanno in rovina, resistono poche centinaia di abitanti, anziani, attaccati alle loro origini e queste rarità vengono spesso abbandonate e dimenticate, quando invece dovrebbero essere valorizzate per un turismo che si concentra sempre più nelle Città d'Arte che vengono prese d'assalto e nelle quali d'estate si comincia a parlare di contingentamento del turismo).

CALENDARIO DEGLI AVVENIMENTI

Dalla visita alle pro-loco, alle Aziende di Promozione Turistica, dai contatti con i Sindaci, con gli Assessori e i Consiglieri delle Amministrazioni locali dei paesi vicini - che ti invito vivamente a coinvolgere nelle tue iniziative (per averne magari il PATROCINIO) - potrai ricavare un elenco di feste patronali, saghe, fiere, processioni, mercati, gare sportive ed avvenimenti di ogni genere con le relative date, con cui nutrire quell'affamato del tuo computer.

Potrai così creare un calendario degli avvenimenti che determinerà i tempi di questo lavoro.

Dal C.A.I. (Centro Alpino Italiano) dal Touring Club, dalle guide Michelin, Peugeot ed altri libri scritti sulla zona da te scelta, potrai trovare molte altre notizie, così come anche dalle locandine delle pro-loco dei paesi vicini, dai libri di storia, dai musei locali, etc.

Abbinando ad ogni argomento tutte le notizie che riuscirai a trovare sulle località limitrofe, avrai una notevole quantità di informazioni che costituirà la base su cui costruire la promozione del tuo prodotto ed i fine-settimana da offrire ai soci mediante il giornalino del club o con comunicazioni mirate tramite fax, sms, o per email.

SCHEDE UTILI

Dovrai scoprire se in zona ci sono suonatori di strumenti insoliti, cantastorie (vivono ancora?), orchestre, bande, artisti poco conosciuti, verseggiatori a braccio, artigiani particolarmente abili, professori di storia locale, guide che conoscano i percorsi, carrozzelle a cavallo e calessi, noleggiatori di pulmini, etc., tutti elementi da schedare, così come anche:

- aziende vitivinicole
- frantoi
- mulini
- produttori di miele, frutta secca, insaccati, cibi biologici, prodotti sottolio, sottaceto, marmellate, fiori, etc.
- aziende che praticano l'Agriturismo
- alberghi
- ostelli
- camere singole per dormire (bes & breakfast)
- ville da affittare a giornata
- altri ristoranti in zona.

Da questa massa di notizie che riuscirai a scovare - magari con la scusa di voler scrivere un Baedaecker della zona - possono scaturire iniziative di contorno come:

- invitare al ristorante per allietare un pranzo, una cena, un anniversario di matrimonio, un verseggiatore a braccio, uno storico della zona, un artigiano particolarmente abile.
- Creare una mostra di quadri, di rame, di merletti, di artigianato, di oggettistica all'interno del tuo ristorante (di cui potrai curare anche la vendita). Di marmellate, insaccati, cibi secchi, sottolio, sottaceto, cibi biologici, di cui potrai anche proporre l'assaggio ai tuoi soci.
- Stringere contatti con piccoli produttori di olio, vino, aceto balsamico, marmellate, prodotti sottaceto e sottolio, insaccati, etc. di cui curare - attraverso il giornalino del club - la vendita anche a domicilio.
- Impostare, con la conoscenza della ricettività di alloggi, zone e percorsi di riposo, dei veri fine-settimana di 2 giorni anche con pernottamento.
- Utilizzare pulmini per lo spostamento dei soci.

Immagina come sarebbe intrigante, simpatico e riposante se tu riuscissi ad assicurarti l'uso di qualche carrozza a cavalli, calesse o barozza adattata, per preparare gita in percorsi panoramici, boschivi, archeologici

COME CREARSI UN ELENCO DI PROBABILI CLIENTI COME E DOVE REPERIRE I SOCI

In ogni impresa è necessario far conoscere ai probabili clienti ciò che si vende.

Tra le tante forme di pubblicità quella che presenta un buon rapporto costi/benefici è il "direct-mailing".

L'invio di circolari, locandine, informazioni, per via postale (o via fax o per email) ad elenchi di nominativi selezionati.

Gli indirizzi sono venduti da alcune ditte specializzate, riportati su cd. o su elenco scritto o su etichette autoadesive.

Qualora i nominativi che si cercano non siano disponibili sugli elenchi in vendita allora bisognerà cercarli su cataloghi, ed elenchi tipo: Guida Monaci, Pagine Gialle, Pagine Utili, ed altri. Anche se questi costituiscono in genere la base di lavoro delle ditte che vendono gli indirizzi. Ma se si cercano nominativi più mirati, più selezionati, dalle caratteristiche più definite e circoscritte, (ad esempio appassionati di equitazione, di volo ultraleggero, di trekking, di curiosità storiche, geologiche e così via) si deve cercare presso le associazioni di categoria, tipo FISE Federazione Italiana Sport Equestri, ANTE Associazione Nazionale Turismo Equestre, il CONI, presso il Cral dell'Alitalia, presso i gruppi che riuniscono gli appassionati di un grande poeta, presso l'Ordine dei Geologi, e così via.

Una volta individuati nella zona i motivi di interesse che essa può presentare, non dovrebbe essere difficile trovare le categorie, le associazioni, le confraternite, le cooperative, che riuniscono le persone che in qualche modo ad esso fanno capo e raggiungerle.

Poi sopravviene l'iniziativa personale.

Un esempio: se esiste un maneggio in zona, esisterà un certo numero di soci, di iscritti, di frequentatori, di coloro che tengono a pensione il cavallo.

Ottenere i nomi e gli indirizzi non dovrebbe essere difficile se si prospettano al gestore del maneggio, le sinergie con un ristorante, i vantaggi che il Club "Carpe diem" potrebbe offrire al maneggio in clima di reciproca collaborazione.

Così come anche per i campi di tiro con l'arco, camping, piste per corse di ogni genere, etc. Ripeto, le pro-loco dei paesi vicini possono essere delle buone fonti di informazioni, come gli Assessori e i Consiglieri dei Comuni limitrofi.

Si possono spuntare anche sconti, provvigioni, cointeressenze

Esisteranno sicuramente gruppi di "Amici del poeta", elenchi di geologi, di archeologi, di zoologi, di botanici, di appassionati di pesca sportiva, di bird-watching, etc.

E poi ritengo che ci sia un'ampia platea di gente interessata a tutto ciò che riguarda l'artigianato, la natura, la storia, le leggende, il folklore locale, i costumi, la gastronomia e le curiosità di ogni genere.

Se si volesse mantenere un certo livello nella scelta dei soci, si potrebbe tentare di contattare Clubs riservati come Rotary, Lyon, Circoli Canottieri, del Golf, della Caccia e simili o rivolgersi ai Cral aziendali di Banche, Ferrovie, Poste, Ministeri.

Si potrebbe anche puntare ad elenchi selezionati di funzionari di mezza età con le caratteristiche che si pensano debbano avere per essere interessati a divenire soci del Club rivolgendosi ai Sindacati Pensionistici dei Dirigenti ed altri.

E poi spedire circolari e proposte a mezzo dell'house-organ od email, ed informazioni - a campione.

Faccio un esempio pratico: se in una zona esistono 5 cose che si ritengono interessanti, ci saranno almeno 5 categorie di probabili clienti a cui rivolgersi.

- ◆ passeggiate a cavallo - per gli appassionati di equitazione
- ◆ aviosuperfici - per gli appassionati del volo ultraleggero

- ◆ Vivai, boschi, parchi - per gli appassionati di flora
- ◆ Un uccello particolare - per gli appassionati di "bird-watching"
- ◆ L'antica villa di un poeta celebre - per gli appassionati di questo poeta

Bisognerebbe cercare gli indirizzi di queste 5 categorie di appassionati e inviare loro qualche centinaio di lettere, o delle e-mail, a campione, proponendo dei fine-settimana incentrati sull'argomento di loro interesse

Tutti sono attratti da feste, saghe, artigianato, musei, cose strane, curiose, intriganti, per cui sarà più facile e meno impegnativo il reperimento degli indirizzi di altri probabili interessati.

Quando si è all'inizio di una qualsiasi attività poi si può sempre cominciare da amici e parenti.

Come diceva il poeta (?):

Se ciascun fraterno amico
ti fornisse immantinente
tre compagni d'avventura
tu potresti veramente
cominciare con fortuna
principiare seriamente ...

con una specie di passaparola ... per intenderci.

COME ORGANIZZARE PRATICAMENTE I FINE-SETTIMANA

Disponendo di un calendario delle manifestazioni, dei mercatini, delle mostre, delle sagre, degli avvenimenti sportivi, religiosi, delle ricorrenze, dei Santi Patroni dei paesi limitrofi.

Con le schede delle botteghe e degli artigiani, delle aziende vitivinicole, olearie, molitorie, agrituristiche, alberghiere, degli Ordini Religiosi accoglienti, delle ville e camere disponibili per l'alloggio.

Con l'elenco dei monumenti, e delle cose interessanti offerte dai settori: storico, paesaggistico, naturalistico, geologico, gastronomico, sportivo, etc.

Conoscendo percorsi, strade, piste, con le caratteristiche ed il loro grado di difficoltà.

E' possibile proporre mezze giornate, giornate complete ed interi fine-settimana interessanti, para-sportivi e rilassanti, a nominativi selezionati, sfruttando la disponibilità del ristorante e di una serie di opportunità di contorno.

E' possibile alternare visite stimolanti a riposi produttivi.

Quando il calendario è povero di avvenimenti, feste, sagre, input intriganti si potrebbe puntare su passeggiate più impegnative, osservazione della fauna e della flora, visite a curiosità geologiche e paesaggistiche, a visitare Castelli, Palazzi Baronali, Chiostrì e monumenti, etc. magari ingaggiando sul posto una guida.

Bilanciando moto e riposo, cercando di far utilizzare il meno possibile le autovetture ai soci e - possibilmente creare delle alternative di interesse per le signore (es. visita a mostre di stoffe, merletti, lavori al tombolo oppure dimostrazione di prodotti di bellezza, etc.) quando il soggetto principale della giornata è una gara sportiva, o altro, di carattere prettamente maschile - Inizialmente si possono organizzare singole mattinate con pranzo finale al ristorante. La comunicazione al socio potrebbe essere del tipo:

- ◆ Ore 9,00 appuntamento davanti al Ristorante "Carpe diem" (vedi cartina di percorso).
- ◆ Spostamento con la propria autovettura fino alla Villa di Orazio (10 minuti). Possibilità di parcheggio custodito.
- ◆ Visita alla villa ed ai locali annessi con spiegazioni storiche da parte del Prof. _____
Passeggiata distensiva di circa 1 ora dalla villa all'interno del Parco dei Monti _____
con sosta in zone panoramiche (sono suggerite scarpe da tennis o comunque senza tacco).
- ◆ Visita all'Azienda Vitivinicola di _____ con degustazione di vino
locale del _____, marmellate, frutta secca, e miele prodotti in loco (si
accettano carte di credito Bancomat, Cartasi, Diners) con ampie possibilità di riposo (gazebo,
panche, amache, ev. doccia). Per le signore, visita alla annessa serra. Parcheggio incustodito.
- ◆ Alle 13,30 circa ritorno in autovettura al ristorante.
 - E' previsto il seguente menù :...
 - Vini :...
 - Birra XXXXX (eventuale sponsor)

Nel locale ristorante è in corso la mostra del pittore _____

- L'iniziativa avrà luogo con l'accettazione di almeno 20 persone

Oppure:

- ▲ Alle ore 8,30 appuntamento davanti al ristorante "Carpe diem" (vedi cartina di percorso).
- ▲ Spostamento con la propria autovettura fino al parco dei _____ (circa 20
minuti). Parcheggio incustodito.
- ▲ Attraversamento a piedi del Parco (leggere salite e discese), visita alla villa di _____
- alla fonte romana di _____ al bosco di _____
- ▲ Alla visita sarà presente il Sig. _____ dell'Associazione _____
che oltre a cenni storici e naturalistici, descriverà la flora e la fauna locale.
- E' consigliabile fornirsi di binocolo (scarpe senza tacco o da tennis).
- Ritorno previsto al parcheggio verso le ore 12,00
- spostamento con l'autovettura (5 minuti) alla vicina Azienda Agrituristica di _____
dove sarà possibile:
 - rinfrescarsi (docce ed accappatoi disponibili)
 - assaggiare vini e prodotti tipici della zona
 - riposarsi su sdraio ed amache (in bosco secolare di castagni)
- ▲ Alle ore 13,00 circa partenza dall'azienda agricola
- ▲ Alle ore 13,30 arrivo al ristorante per il pranzo che prevede:...
- ▲ Per chi dispone del pomeriggio è possibile visitare il vicino (25 minuti) Castello di
_____ (orario di apertura 8,00-12,00 16,00-20,00) con affreschi del _____.
Visita guidata a cura del _____
- ▲ L'iniziativa avrà luogo con.....

SUCCESSIVAMENTE SI POSSONO ORGANIZZARE GIORNATE INTERE magari con cestino-colazione fornito dal Club e cena al ristorante, da proporre ai soci con programmi tipo:

- Alle ore 9,00 appuntamento davanti al ristorante "Carpe diem"
- Spostamento in pulmino del club al vicino paese di _____ (25 minuti) dove si svolge la festa patronale di S. _____ dove sarà possibile:
 - ◆ assistere alla corsa dei _____
 - ◆ assistere alla mostra dei costumi _____
 - ◆ acquistare oggetti di artigianato al mercatino locale
 - ◆ gustare il _____ primizia locale
 - ◆ Per i ragazzi: partecipare alla gara di _____
- Alle ore 13,00 raduno presso il locale bar _____ con aperitivo offerto dal club
- Alle ore 13,30 spostamento in pulmino (20 minuti) alla vicina Abbazia dei frati _____ con chiostro del _____ con colazione (cestino del club) all'interno del refettorio dei frati.
 - Sdraio e lettini disponibili per il riposo nella pineta annessa all'Abbazia.
 - Possibilità di degustazione dei famosi liquori prodotti dai frati e visitare l'Abbazia, il chiostro.
- Alle ore 17,30-18,00 spostamento in pulmino alla vicina fonte di _____ (15 minuti) con breve passeggiata nel bosco.
- Alle ore 20,00 ritorno al ristorante per la cena che prevede il seguente menù ...
Durante la cena saranno serviti:...
- L'iniziativa avrà luogo con

LA TESSERA PRIVILEGIATA DI SOCIO DEL CLUB PUÒ' TRASFORMARSI ...

Se non sei già sfinito da questa mole di cose da fare, potresti cominciare a prendere contatti con i Musei locali, con la Soprintendenza ai monumenti, con l'Alitalia e altre compagnie aeree, con compagnie di assicurazione, fornitori di copertoni, di autoricambi e di ogni altro prodotto o servizio di qualità, per l'ottenimento di:

- ◆ condizioni privilegiate
- ◆ sconti
- ◆ servizi gratuiti
- ◆ trattamenti preferenziali

sull'acquisto o l'utilizzo di prodotti o servizi a favore di chi presenta la tessera del Club "Carpe-diem".

Creerai un precedente che sarà monetizzabile in futuro.

Nulla vieta poi che tu avvii un discorso con una Primaria Banca per cominciare a mettere le basi per una carta di credito ... Carpe-diem!

SPONSORIZZAZIONI

Il riuscire ad acquisire un buon numero di soci nel tempo, consente di disporre di un eccellente potere contrattuale.

- Si possono avvicinare Sponsor a cui sottoporre richieste con buone possibilità di essere presi in considerazione - avendo molto da offrire nel settore - per promuovere prodotti e servizi. Si potrebbe quindi successivamente proporre ai propri soci di:
 - Acquistare libri, riviste
 - Particolari oggetti griffati
 - Attrezzature sportive
 - Oggetti d' arte
 - Viaggi, crociere, vacanze
 - Multiproprietà
 - Assicurazioni
 - Carte di credito, fondi di investimento, servizi finanziari, etc.

e tutto ciò che può essere legato al tempo libero, allo sport, alla campagna, alla cultura, al turismo ed al particolare censo dei propri soci.

Una lista di soci di buona qualità è una vera ricchezza.

Con il loro aiuto si possono fare statistiche, conoscere i loro gusti, aspettative e orientare al meglio i fine-settimana per una loro maggiore soddisfazione.

Ma si dispone anche di una platea - selezionata - disposta non solo a seguire i Tuoi consigli per il tempo libero, ma anche per l'acquisto di ciò che proponi loro, attraverso il giornalino del club o in altre forme di comunicazione anche meno costose. (Un giornalino può anche essere a costo zero con l'aiuto di sponsor).

NON DISPONENDO INIZIALMENTE DI UN PROPRIO RISTORANTE ...

Questo tipo di attività può essere iniziata anche senza disporre di un proprio ristorante.

Facendo degli accordi con selezionate trattorie e ristoranti della zona, si imposta la base dell'introito principale dell'attività.

Il non essere vincolati ad un solo ristorante ha, fra l'altro, i seguenti vantaggi:

- Si è più liberi di dedicare il proprio tempo all'organizzazione dei fine-settimana.
- Se il proprio ristorante dovesse presentare nel tempo delle limitazioni di spazio, mancanza di parcheggi, o altre pecche non previste, (es. rumori, odori per la presenza di frantoi vicini, etc.), si sarà comunque obbligati a fare accordi con altri ristoranti della zona, altrimenti si corre il rischio di perdere i clienti o comunque di scontentarli
- Offrire ai soci una maggiore varietà di cucina e di ambienti

- Si possono gestire meglio i fine-settimana dal punto di vista logistico (si pranza direttamente sul posto da visitare scelto per quel giorno).
- Ovviamente gli accordi con i ristoranti dovranno essere su base contrattuale, annuale o giornaliera (se occasionale).

Non c'è ristorante o trattoria che non sia ben felice di accogliere una proposta di portare loro clienti (anche a provvigione).

Una volta avviato il Club, (spendendo magari i nomi dei ristoranti coinvolti) e disponendo di un carnet di molti soci, si avrà un potere contrattuale elevato per poter successivamente:

- Realizzare un ristorante adeguato per dimensioni, posizione logistica, parcheggio e chef.
- Trovare sponsor o soci per l'apertura del ristorante che - a seconda del capitale reperibile - potrebbe anche disporre di piscina, mini-zoo, avio-superficie, campetti da minigolf, da calcetto, volley, tavoli da ping pong ed attrezzature per offrire divertimenti giornalieri alle famiglie dei soci, punti di ristoro fisico, di relax con amache e zone di lettura, etc. o addirittura leggere strutture anche per un pernottamento di breve periodo.

Per intenderci: **un centro ... "Carpe diem" !**

AFFILIATI AL CLUB

Se sei riuscito a seguirmi fin qui “senza romperti”, ed a comprenderne ed apprezzarne tutte le possibilità, ti vorrei indicare il conseguente sbocco di tutto questo.

Una volta nei brindisi si esclamava ... Ad Maiora! Augurando all'ospite destini sempre migliori ed obiettivi sempre più ambiziosi.

Se ritieni di esserti fatto le ossa come "**Uicchender**", di avere la stoffa dell'organizzatore, di essere riuscito ad individuare le strade per ottenere tutte le informazioni necessarie per le notizie, gli avvenimenti, le curiosità, da proporre ai soci, i numeri di telefono e le email giusti, ed hai ormai acquisito un buon gruppo di iscritti al Club, validi e collaudati, certamente raggiungerai una conclusione inevitabile.

La località, la provincia da te scelta per iniziare questa attività, nel tempo comincerà ad andarti stretta.

Non potrai proporre ai tuoi iscritti sempre la stessa zona da visitare.

Potrai migliorare l'organizzazione utilizzando dei pulmini per portare i soci, potrai aver assunto persino delle guide turistiche di accompagnamento, potrai offrire il massimo comfort ai tuoi soci, ma da un certo momento in poi dovrai necessariamente ampliare la località da te scelta inizialmente o ... trovarti degli affiliati in tutta Italia e perché no ... all'estero! (in franchising?).

Se ti sei scoperta la stoffa di organizzatore di fine-settimana, potresti proporre a quei ristoranti che presentano buone caratteristiche di ricettività, cucina e possibilità di intrattenimento e anche di zone di relax, di riposo e di pernottamento, di divenire affiliati del Club "Carpe-diem".(ti inseguiranno per esserlo !)

ALLORA DOVRAI STABILIRE QUALI SONO GLI OBBLIGHI PRINCIPALI PER ESSERE AFFILIATI AL CLUB

Essi dovranno fornirti all'atto dell'ingresso:

- a) Tutte le informazioni relative al loro ristorante (slow-food, sala fumatori etc)
- b) Il maggior numero di notizie sulle manifestazioni, sagre, feste, monumenti, castelli, zone paesaggistiche, sulla storia locale, sul turismo, numeri telefonici e gli indirizzi delle pro-loco, etc. In una parola, dovranno riempire delle "schede di interesse" della loro zona.
- c) Il calendario dettagliato degli avvenimenti
- d) Notizie orografiche, paesaggistiche e percorsi dei dintorni
- e) La ricettività agri-turistica ed alberghiera della zona
- f) I nominativi dei produttori di vini doc, frutta, prodotti biologici, etc. relativi al "bacino turistico" in cui si trova il loro ristorante

La delimitazione della loro zona e della sua grandezza, sarà funzione della mole di informazioni che saranno in grado di fornirti e della loro capacità di aggiornartele periodicamente.

Tutte queste informazioni, da loro conosciute da tempo, verranno da loro riportate su appositi questionari che il Club dovrà predisporre.

VANTAGGI PRINCIPALI PER GLI AFFILIATI:

Avere gruppi di clienti di prestigio desiderosi di venire a mangiare nel proprio esercizio.

Il Club avrà descritto e reclamizzato il ristorante come un locale selezionato ed affidabile.

Ne avrà magnificato con il giornalino del Club ed altre forme pubblicitarie, la cucina, i locali, la cortesia ed il servizio ... Carpe diem!

LA SELEZIONE DEI RISTORANTI - O SE VUOI DEGLI AFFILIATI – DOVRÀ' ESSERE SEVERA E ALL'ALTEZZA DEL LIVELLO DI QUALITÀ' DELLA CATEGORIA DEI SOCI DA TE SCELTA - SUDDIVIDENDOLI MAGARI IN CATEGORIE

- 1) In cui prevale la cucina, il servizio, la ricettività ... 2 PALLE
- 2) In cui alle caratteristiche precedenti si aggiunge anche la presenza di divertissement tipo piscine, minigolf, minizoo, maneggio, aviosuperfici, etc.... 3 PALLE
- 3) In cui oltre alle caratteristiche precedenti si aggiunge anche la possibilità di zone di riposo, di lettura e di pernottamento ... 4 PALLE
- 4) Le ... 5 PALLE riservate soltanto per i locali che riuscirai a realizzare magari in joint-venture con altri ed a controllarne anche la gestione e che si potrebbero chiamare **Centri "Carpe diem"!**

OBBLIGHI PER GLI AFFILIATI

A) NESSUNA TASSA DI INGRESSO

B) UN IMPORTO PERCENTUALE DA PAGARE AL CLUB (contro emissione di regolare fattura) per cada un ospite portato a gruppi dal Club o inviato singolarmente al Club (su presentazione della tessera - che un domani potrebbe anche divenire una carta di credito "Carpe diem")

diem").

C) LISTINO PREZZI PIÙ' CONTENUTO PER I SOCI DEL CLUB

D) OBBLIGO DI PAGARE UN PICCOLO IMPORTO MENSILE PER FREGIARSI (ED ESPORRE) LA TARGA DEI LOCALI SELEZIONATI DAL CLUB CARPE DIEM

OBBLIGHI SECONDARI PER L'AFFILIATO DI:

- a) Dare la propria disponibilità all'accesso di controllo - da parte di delegati del Club - per verificare: pulizia delle cucine, qualità dei cibi, puntualità dei servizi, etc.
- b) Inviare periodicamente schede di aggiornamento impostate dal Club, sugli avvenimenti della zona, sulle ulteriori notizie storiche, turistiche, etc., di cui si è venuti a conoscenza, dei cambi di chef, di nuovi piatti in programma, di nuove iniziative e servizi ed eventuali richieste per passare di categoria, (es. da 2 a 3 palle, etc.)
- c) Di non affiliarsi a Club uguali, analoghi, o concettualmente simili.

VANTAGGI ULTERIORI PER GLI AFFILIATI:

- OLTRE AD AVERE UNA COSTANTE PRESENZA tabellare sull'House Organ del Club Vi potranno fare anche della pubblicità a pagamento - sapendo che raggiungeranno l'interesse di nominativi selezionati
- POTRANNO ESSERE INTERPELLATI PER L'ACQUISIZIONE PRIVILEGIATA DI CARATURE nella realizzazione del capitale necessario per l'apertura di un centro "Carpe diem"
- POTRANNO PROPORSI AL CLUB PER L'ESTENSIONE DEL PROPRIO LOCALE a centro "Carpe diem".
- AVRANNO UNA OPZIONE PRIVILEGIATA CONDIZIONATA E PROPORZIONALE alla durata della loro iscrizione come affiliati del Club quando e qualora il Club mettesse in vendita quote o azioni o si quotasse in borsa.
- POTRANNO ACQUISTARE TESSERE SPECIALI DEL CLUB A CONDIZIONI privilegiate per i propri clienti quando il Club deciderà di emetterle e queste avranno particolari requisiti tipo:
 - riduzione del prezzo di ingresso nei musei, riduzione percentuale del costo dei menù e dei servizi nei locali affiliati del Club, riduzioni nell'acquisto dei prodotti e servizi proposti dal Club, etc.
- POTRANNO SERVIRSI DEL: PARCO PULLMAN
DEL: NUCLEO DI ANIMATORI
DEL: GRUPPO DI GUIDE TURISTICHE ABILITATE

o dei contratti di noleggio e di ingaggio che il Club potrà avviare con essi nel tempo - a condizioni privilegiate.

FRANCHISING

L'organizzazione, in ambito locale, del tempo libero degli italiani con la riscoperta delle bellezze del proprio territorio (di cui sono consci di conoscere poco) ma che vorrebbero fare in modo interessante, senza stress, senza annoiarsi, e giustificando un ottimo pranzo con una bella passeggiata istruttiva e perché no anche con una penica post-prandium - **potrebbe diventare un'industria.**

A questo punto è lecito pensare ad una diffusione di questo tipo di attività turistica - para-sportiva - mangereccia - rilassante, con la tecnica del Franchising.

Il Franchiser sarebbe ovviamente il Club Carpe diem.

I Franchisee potrebbero essere:

1) Alcuni degli stessi affiliati che lo volessero e ne avessero i requisiti.

Oppure:

2) Agili organizzazioni basate sulle città principali di ogni regione italiana, con la loro zona di influenza. Che si dovrebbero servire dei ristoranti affiliati al Club di quella stessa zona. Il Franchiser fornirebbe pullman, animatori, software, house organ, istruzione operativa ed una quota della percentuale pagata dagli affiliati.

L'obiettivo principale dei Franchise dovrebbe essere quello di reperire nella propria zona, in modo autonomo, soci del Club ed organizzare fine-settimana del genere Carpe-diem. Ovviamente sotto la guida, l'aiuto, il controllo e la collaborazione del Franchiser.

HO FATTO UN SOGNO

I telefoni del Club trillavano in continuazione.

Arrivavano per email, per fax e per posta migliaia di notizie culturali, festaiole, sportive, gastronomiche e goderecce, che non solo davano un quadro globale delle bellezze monumentali, storiche e naturalistiche del n/ Stivale, sul come mangiano, sugli sport preferiti, su cosa incuriosisce, ma soprattutto su come si divertono gli italiani.

Su un grande tabellone luminoso al centro di un grande salone, si accendevano luci diverse e si delineavano per punti colorati i nuovi affiliati al Club ed i Franchisee, con le loro zone di influenza che si sovrapponevano, completando una serie di tessere (suggestive e pittoresche) che andavano dalle Alpi alla Calabria, dalla Sicilia alla Sardegna ed all'intero Sud. e coprivano lentamente tutto il territorio, isole comprese.

Su grandi display allineati su più file a formare una scacchiera, disposti circolarmente nella sala a formarne le pareti. Ciascuno dedicato ad una materia, comparivano innumerevoli informazioni sugli 8.000 Comuni italiani, sulla loro storia, la loro cultura, le loro feste, i loro monumenti. Tutti i gioielli noti e nascosti di un'Italia unica al mondo per la quantità di tesori che possiede e che sono quasi per niente valorizzati e poco percepiti all'estero.

Su uno schermo comparivano i monumenti, le chiese, le statue, su un altro mercati di artigianato, antiquariato, delle pulci, etc. su un altro le bellezze naturali, i boschi, le sorgenti, le grotte, i laghi, su un altro ancora tutti gli impianti sportivi, le piste di go-cart, i maneggi, le aviosuperfici, che ogni zona presentava in quel momento e che venivano aggiornati con continuità e richiamati a comando.

Su uno dei più grandi display luminosi, posto in grande evidenza, scorreva il calendario delle manifestazioni sportive, delle saghe di paese, dei palii, delle quintane, dei concorsi ippici, delle manifestazioni aeree, di quelle teatrali, dei balletti ed altro, con le date e le zone di accadimento. Con tutti gli elementi di codifica per tipo, per data e per zona, per una stampa laser immediata da inviare ai Franchisee in tempo reale per email.

Si delineava, con lenta ma sicura progressione, in piena attualità e con un aggiornamento continuo, il quadro complessivo della realtà monumentale, culturale, naturalistica, sportiva, gastronomica e godereccia di un'Italia che - secondo l'UNESCO - possiede oltre il 60 per cento delle Opere d'arte del mondo intero, ma che - probabilmente - non è seconda a nessuno per il modo in cui si diverte, fa sport, si svaga, vive e fa cultura. In una parola: sul come si gode il tempo libero.

Un quadro reale del nostro Paese che per turismo potrebbe essere il primo al mondo tanto da dover contingentare l'ingresso dei turisti per non essere sommersi, soprattutto da asiatici ed americani e che invece stenta addirittura ad entrare nel consesso europeo e continua a perdere quote di turismo a vantaggio di altri Paesi meno fortunati ma più abili di noi.

Percepivo i Tour Operator, le Organizzazioni Turistiche Nazionali ed Internazionali, le Associazioni Alberghiere, le grandi Lobbies finanziarie, le Compagnie Aeree, Trenitalia, le direzioni dei giornali dedicati e delle reti televisive che tempestavano il Club con proposte, accordi di collaborazione, **l'uso del marchio "Carpe diem"**, scambi di informazioni e contratti in esclusiva.

Avvertivo le pressioni politiche e finanziarie di multinazionali della ristorazione, della fotografia, delle comunicazioni, del turismo, dello sport, delle carte di credito ed altre, interessate direttamente ed indirettamente al tempo libero, per proporsi come Sponsor privilegiati del Club. Per legare cioè il loro nome ad un modo tutto italiano di godersi il tempo libero.

Per intenderci: un modo alla ... Carpe diem! Era solo un sogno.?