



“Mi chiamo Ejarque e promo-commercializzo”

di Chiara Paolin

Josep Ejarque, “professionista in Destination Management”, ha una certa idea di sé. Il nome d’arte scelto per i proclami online è The Matador, in omaggio alle origini catalane, ma la sua missione è frustare il decrepito turismo italiano scoperto in quel di Torino 1999, preparazione alle Olimpiadi invernali, una città trasformata in evento anche grazie al brio del caliente manager. Col dettaglio che, per le casse del Comune, il debito schizzò da 1 a 3 miliardi di euro, e mai più fu sanato.

Ejarque però non c’entra, perché lui è il mago della *promocommercializzazione e webmarketing social media*: nel 2006, anziché godersi il bel risultato torinese, accettò la direzione dell’Agenzia per il turismo della Regione Friuli Venezia Giulia. Il governatore Illy gli diede carta bianca, e lui non si fece pregare distribuendo contratti a botte di 5 mila euro al mese. Lo scorso giugno, la Corte dei conti l’ha condannato a pagare 48 mila euro per danno

erariale. Ejarque non se l’è presa troppo: inizialmente minacciava causa alla Regione per avergli tolto l’incarico nel 2008, col neo presidente Tondo; adesso invece si gode un contratto di consulenza alla PromoTrieste, consorzio locale per il turismo e il commercio.

IN EFFETTI, le Camere di Commercio sono la preda preferita del Matador, che negli ultimi anni s’è esibito in tutte le piazze d’Italia, acclamato come il salvatore fino alle alte sfere di Confindustria. Un giorno lo trovi a Reggio Calabria che ti dice: “Analizzando la situazione calabrese, il problema nodale è che manca un prodotto definito, non è chiaro

che servizi offriate all’ipotetico turista”. Il giorno dopo, a Caserta, va più dritto: “La città e la sua reggia sono quasi inesistenti su web e social media, i servizi di informazione e l’accoglienza turistica un disastro. Lo sapete voi che il turista è un portafogli con due gambe? Non vogliamo sfruttarlo!?”. Passa pure dal Gargano a presentare un

megaprogetto – di promocommercializzazione, *claro* – e insiste: “Cos’è il Gargano? Che si fa qui? Non lo sa nessuno!”.

Insomma Ejarque sa essere molto duro con l’Italica arretratezza: “Nel turismo c’è sempre questa cosa del collaborare, del volersi bene – ha detto al pubblico di Vieste –. Oh ragazzi, ma che cavolo: il mio lavoro è di fotterti un turista, se posso!”. Parole forti, che non hanno impedito al ministro delle Infrastrutture e manager storico della Fiera di Milano, Maurizio Lupi, di accogliere Josep nella grande famiglia di Expo 2015: non bastando la sterminata organizzazione già allestita fin qui, si è pensato di lanciare Explora, un milione di euro di capitale e consulenze all’altezza della situazione. Il direttore generale chi è? Josep Ejarque, che così ha esordito: “Il nostro obiettivo è quello di valorizzare, strutturare e promocommercializzare l’offerta del sistema turistico per incrementare la competitività della destinazione Milano e Lombardia”. Apprezzabile il passaggio in cui Josep spiega che Explora godrà di vita propria, anche dopo Expo. Perché bisogna pensare al futuro, bisogna offrire “proposte concrete alle diverse tipologie di turisti che visiteranno Milano. Perché è finito il tempo di vendere aria fritta”. Santissime parole.

IL MATADOR

Condannato per danno erariale alla Regione Friuli, è stato scelto ora per rilanciare il turismo lombardo: “Il mio lavoro? Fotterti il cliente, se posso”