

MICHELE TROPIANO *

Turismo, Pasqua nell'incertezza

Alla vigilia di Pasqua per gli operatori turistici della provincia di Potenza, soprattutto dopo i nuovi brutali attentati terroristici di Bruxelles, cresce l'incertezza. Altro elemento che pesa sulla volontà dei lucani a trascorrere una o più giornate di festività fuori casa sono le condizioni meteorologiche che comunque, a differenza di Matera, stanno scoraggiando le prenotazioni di pugliesi, campani, laziali, i nostri clienti più affezionati.

La Pasqua 2016 sarà caratterizzata da una forte contraddizione: la preoccupazione degli italiani e degli europei a viaggiare e la preferenza per le mete turistiche più vicine. Se le agenzie di viaggio e i tour operator ci confermano la tendenza a disdette di viaggi nelle capitali europee da sempre preferite (Parigi e Londra su tutte) comincia a farsi strada un atteggiamento di quanti comunque non vogliono rinunciare al fine settimana di Pasqua e sono orientati a restare in Italia dove, tra l'altro, anche le grandi città d'arte (Roma, Firenze, Venezia, ecc.) sono considerate da evitare. Questo potrebbe avvantaggiare il turismo di prossimità che è il nostro migliore segmento di mercato.

Poi i dati che emergono dall'analisi sul turismo realizzata da Confturismo-Concommercio confermano il limite consolidato da tempo nel settore: "Bravi ad attrarre, ma ancora deboli nel trattenerlo". Intanto si conferma il punto debole: analizzando gli arrivi per aree di provenienza, il turismo internazionale in Italia è per il 70% di origine europea - tedeschi in testa che si confermano il primo mercato in molte Regioni - in aumento il peso dei paesi extra UE con un contributo di oltre il 35% alla crescita del periodo. Ma oltre il 60% degli arrivi internazionali in Italia è assorbito da 4 Regioni: Veneto, Lombardia, Toscana e Lazio. Firenze, Roma, Milano e Venezia su tutti e situazione opposta nel Sud dove gli arrivi sono solo il 12%. Il record del turismo straniero è del Veneto con il 20,5%, maglia nera Abruzzo, Basilicata e

Molise con percentuali che si distaccano poco dallo zero.

E, nel Mezzogiorno, le Isole risultano più attrattive della parte continentale evidenziando che il problema di queste regioni è solo parzialmente legato alla scarsa dotazione infrastrutturale mentre è fortemente connesso a dotazione e qualità media dei servizi.

In sintesi, il turismo in Italia si conferma come una straordinaria risorsa e un importante volano di sviluppo e crescita, ma una domanda sempre più "mordi e fuggi" impone un ripensamento del nostro modello di offerta che ne valorizzi ancor di più qualità e fruibilità creando così le condizioni per prolungare la permanenza dei turisti. Per questa Pasqua ad esempio i nostri albergatori puntano su pacchetti famiglia vantaggiosi e competitivi per arrivare ad una permanenza media di almeno 3 giorni con i Sacri Riti della Settimana Santa, la visita di Matera e le escursioni in Val d'Agri o nel Pollino oltre naturalmente agli appuntamenti a tavola.

È dunque evidente che in questa situazione dobbiamo ripensare al modello tradizionale di offerta turistica, ma soprattutto servono interventi e politiche che accrescano la competitività delle imprese di questo comparto e diano centralità a un settore che rappresenta una potentissima leva non solo di sviluppo e crescita ma anche di coesione territoriale.

La parola d'ordine è: "promozione, promozione, promozione". Per farci conoscere di più e meglio all'estero, per far rimanere più a lungo i turisti che vengono in Italia, per valorizzare maggiormente il nostro Mezzogiorno, territorio che ha una straordinaria ricchezza di luoghi, arte e cultura. E a proposito di promozione la nomina del nuovo direttore generale Apt non può più attendere perchè la grande stagione turistica è alle porte ed abbiamo bisogno di un punto di riferimento, non possiamo fare tutto da soli e grazie alla grande disponibilità dell'Unione Cuochi lucani.

[* Presidente Federalberghi-Concommercio]

