

Turismo, quasi otto milioni di presenze per la provincia di Catanzaro

Presentati i dati dell'Osservatorio curato dal Isnart e Camera di Commercio. Una sfida da vincere in squadra

Uno spaccato sulle caratteristiche, i bisogni e le opportunità di sviluppo nella provincia di Catanzaro che vuole diventare un prezioso "strumento di supporto". Perché la sfida del mercato globale non è immaginabile senza che vi sia la conoscenza, intesa come complesso di informazioni sugli elementi che caratterizzano lo stesso mercato. I dati illustrati questa mattina, quindi, diventano un prezioso strumento nelle mani degli operatori economici per allestire la propria offerta e quindi "vincere la sfida". Lo afferma il presidente della Camera di Commercio, Paolo Abramo, che ha introdotto la presentazione dei dati contenuti nel rapporto 2013 "Osservatorio turistico della provincia di Catanzaro" realizzato dall'Istituto nazionale Ricerche Turistiche in collaborazione con la Camera di Commercio di Catanzaro, alla presenza del segretario generale, Maurizio Ferrara, di Lucrezia Balducci, ricercatrice Isnart, dell'assessore al Turismo del Comune di Catanzaro, Rita Cavallaro, di Anna Perani, dirigente del settore Turismo dell'amministrazione provinciale e del tour operator Fabio Piraino. Come ha spiegato dettagliatamente Lucrezia Balducci, nel corso del 2012, la provincia di Catanzaro ha attirato oltre 7,8 milioni di presenze turistiche, di cui circa il 75%, pari a 5,8 milioni, costituito da italiani. I flussi turistici hanno generato un volume d'affari stimato in 737 milioni di euro, di cui il 70% (quasi 516 milioni) è il risultato della spesa effettuata da connazionali e il 30% (221 milioni) da turisti stranieri. Dalla ricerca, frutto di una serie di interviste a operatori economici e turisti condotte in diversi periodi del 2012, emerge che quasi l'81% delle presenze (6,3 milioni) riguarda il circuito residenziale, in linea con l'alta percentuale di visitatori che ha scelto di trascorrere la vacanza presso la residenza di parenti e amici, mentre il circuito ricettivo conta 1,4 milioni di presenze. Per quanto riguarda le ricadute economiche sul territorio, il 40,2% della spesa complessiva generata dai turisti riguarda il comparto agroalimentare su cui ricadono 296 milioni di euro, di cui circa 206,7 milioni spesi da italiani e 89,3 milioni da stranieri. Alle imprese della provincia di Catanzaro che operano nel comparto turistico si sono rivolti soprattutto turisti italiani (l'86,8%), provenienti soprattutto da Lombardia (56,4%) e dal Lazio (53,5%), che rappresenta il primo mercato per le strutture alberghiere. Seguono le presenze dalla stessa Calabria (26,7%), la Sicilia (24,8%), la Puglia (21,8%) e la Campania (18,8%). Tra i principali mercati stranieri, invece, emerge quello tedesco (indicato da 7 imprese su 10), seguito da Regno Unito (33,7%), Francia (9,8%) e Stati Uniti (14,9%) mentre una particolare attenzione degli operatori è riservata alla Russia, che non emerge ancora come mercato di riferimento ma su cui il 40,6% delle imprese intende progettare investimenti in futuro. La clientela che si rivolge alle imprese della provincia di Catanzaro è composta principalmente da famiglie (40,5%) e coppie (22,3%). "I prodotti turistici di riferimento - ha affermato ancora la ricercatrice dell'Isnart - su cui gli imprenditori dichiarano di orientare la propria attività sono l'enogastronomia e il mare. L'enogastronomia locale, in particolare, viene considerata un punto di forza non solo dai ristoratori ma anche dalle strutture ricettive, che sottolineano l'importanza di valorizzare le produzioni tipiche. Il mare, invece, pur essendo un asset importante per il tessuto imprenditoriale del territorio, viene considerato da alcuni in fase recessiva. Il turismo balneare, da solo, non basta più e necessita di una diversificazione dell'offerta. Per quanto riguarda le criticità - ha aggiunto la ricercatrice Isnart - le imprese evidenziano, in particolare, i problemi cronici legati ai trasporti e alle infrastrutture, ma anche la carenza di attività di promozione sul territorio e una disattenzione nei confronti della cura dell'ambiente. Altro fattore di debolezza è la scarsa capacità delle imprese di cooperare e creare una rete sinergica, che possa dare vita a un sistema di offerta più completo al servizio del turista". Secondo il presidente della Camera di Commercio di Catanzaro, Paolo Abramo, l'osservatorio turistico "rappresenta uno strumento di lavoro che offre degli spunti indispensabili per la programmazione in questo settore che dovrebbe essere trainante per l'economia e per affrontare i deficit che continuano a permanere sul territorio. Serve un metodo diverso rispetto al passato la domanda dei turisti cambia e per questo bisogna attrezzarsi per creare un'offerta che sia compatibile con tali variazioni. Un'analisi approfondita delle dinamiche nel settore come quella presentata oggi va proprio in questa direzione". Abramo ha invocato, ancora una volta, l'importanza del gioco di squadra e i dati dell'osservatorio diventano uno "strumento tecnico-istituzionale che offre importanti spunti. Dimostrazione che il turismo compete anche alla Camera di Commercio, non è una cosa a sé stante". Uno strumento che "rappresenta una guida e un supporto alle attività degli operatori e delle istituzioni - ha aggiunto l'assessore Rita Cavallaro -. In questi anni si è parlato troppo e fatto poco per il turismo, mentre la prima cosa è aprirsi agli operatori economici per un confronto produttivo, cosa che stiamo cercando di fare anche con

il bando che è stato recentemente pubblicato che cerca di coinvolgere gli operatori del settore per veicolare i flussi turistici nel centro storico”. Strategico è anche il ruolo della Provincia che, però, si è trovata con tante deleghe e poche risorse nell’importante ruolo di promuovere il territorio. “Tagli continui al bilancio che registra zero euro nei capitoli di spesa destinati al settore ci impediscono di svolgere al meglio questo ruolo – ha affermato Anna Perani – tanto che abbiamo scelto di ridurre le pubblicazioni affidandoci esclusivamente al portale della provincia. Da soli, comunque, non ce la possiamo fare”. Secondo la dirigente del settore Turismo della Provincia bisogna puntare comunque su qualità e formazione, che troppo spesso, in un campo strategico come il turismo vengono trascurati.

21 Maggio 2013

www.catanzaroinforma.it