

## **“Basta polemiche, serve collaborazione”**

Secondo l'Istituto nazionale ricerche turistiche, il valore complessivo della spesa media di un turista è di circa 78 euro, ossia 3 euro in meno rispetto a prima della crisi.

Entrando nello specifico, in testa alle spese si trova il comparto agroalimentare inteso come consumo di pasti al ristorante, bar e caffè, e come acquisto di prodotti enogastronomici.

Un altro 34% viene speso nell'abbigliamento, in particolare per capi made in Italy, mentre un 17% sono le spese riguardanti spettacolo e concerti; l'artigianato si conferma una delle voci più importanti di spesa con un 30% circa.

I più spendaccioni dei turisti sono ovviamente quelli stranieri con maggior reddito disponibile e più alta propensione alla spesa.

Ovvio che bisogna stimolare turisti e crocieristi (secondo un dato Confcommercio il 30% dei crocieristi rimane in città) a orientare le spese per beni e servizi localizzati nel territorio: da qui la necessità di arricchire l'offerta sia sul piano qualitativo che quantitativo: itinerari dello shopping, itinerari archeologici (Tarquinia e le sue tombe sono patrimonio Unesco), il teatro Traiano con spettacoli di lirica, assai apprezzata dagli stranieri, itinerari eno-gastronomici possibili non solo a Civitavecchia, ma in quella marca che dovrebbe essere promossa e pubblicizzata ai milioni di turisti di passaggio nel nostro porto.

Tutto questo però presuppone un sistema integrato di offerta rispetto alle richieste del turista; una vera e propria strategia, un sistema coordinato che purtroppo è stato carente in questi anni, impedendo alla città di intercettare ulteriori benefici economici derivanti dal traffico portuale.

Sarebbe il caso di lanciare un "patto dell'oblio" tra le varie forze politiche e abbandonare la pratica sportiva (spero solo elettorale) di addossare colpe e responsabilità sempre agli avversari.

Necessita invece l'azione coordinata e contemporanea di tutti i vari attori istituzionali ai vari livelli; necessita una vera collaborazione tra le varie istituzioni pubbliche e le varie imprese, le forze sociali, legate certo al turismo, in particolare, ma che si allarghi a comparti fondamentali per il suo sviluppo, come i trasporti, la logistica, l'ambiente.

Se la nuova giunta saprà inaugurare una nuova epoca di collaborazione e ciascuno – secondo criteri di competenze, responsabilità e concertazione - farà la propria parte (lo dico a cominciare dagli operatori del terziario), sicuramente si metterà fine a quella logica del nemico fino ad oggi praticata e si inizierà a riportare la nostra città a quella vocazione turistica che le compete da decenni.