

## **Giornata di Studio**

### **“LE POLITICHE DEL TURISMO PER LA PUGLIA”**

**Aula Magna del Rettorato dell'Università' degli Studi di Bari, Mercoledì' 30 Novembre 2011**

#### **REPORT**

A porgere il saluto delle istituzioni e' stato dapprima il vicepresidente della Provincia di Bari, Nuccio Altieri, che ha suggerito di guardare alla Puglia, come “monumento immateriale”: non si deve puntare solo a valorizzare chiese, siti archeologici e musei ma si debbono esaltare valori e patrimoni, come la dieta mediterranea. Altieri ha sottolineato che e' necessario intervenire strutturalmente attraverso la formazione, così' da permettere al turismo di diventare un'attività produttiva vera e propria, dotata di specifica regolamentazione. Il sindaco di Castellana Grotte, Franco Tricase, è intervenuto per appoggiare pubblicamente l'iniziativa e per sottolineare l'importanza che il turismo riveste per un comprensorio come quello di Castellana Grotte che, seppur periferico rispetto ai flussi turistici regionali, è una tra le mete più visitate in Puglia.

Mirko Casalino, direttore del Consorzio Trulli Grotte e Mare, ha tracciato una sorta di carta d'identità del turismo in Puglia. Dati alla mano, ha sottolineato che in Puglia si sta assistendo ad un trend positivo con un incremento, nel triennio 2008-2010, dei viaggi che prevedono una lunga permanenza. Emerge, però, una marcata stagionalità, che ha il suo picco nel mese di agosto, e una elevata percentuale di turismo sommerso, fatto di alloggio presso amici e parenti, affitto di appartamenti per vacanze, etc. In particolare, nel 2010 pare si sia registrato un aumento degli arrivi del 4%, sostenuto dai flussi turistici stranieri. Ma questi dati sono provvisori e cambiano a seconda della fonte. Le conclusioni a cui giunge Casalino sono che la Puglia sta conoscendo una stagnazione degli arrivi e un incremento della presenza media, caratterizzata da un'elevata stagionalità e da un aumento quantitativo dell'offerta. L'intervento del prof. Alberto Incollingo, ordinario di Economia aziendale della Facoltà' di Studi Politici “Jean Monnet” della Seconda Università di Napoli, si è concentrato sul tema de “La formazione universitaria per il turismo”. Incollingo ha sottolineato che quella della formazione è una sfida da vincere per chi deve fare i conti con nuovi mercati e con le mutevoli esigenze del cliente. La risposta è una formazione sistematica che tenga conto anche dell'incremento dei corsi universitari dedicati al turismo che nell'ultimo decennio e' cresciuto del 15%. A questo risponde, però, un calo complessivo degli iscritti ai corsi turistici del 24%, dato che si iscrive all'interno della riduzione degli iscritti nelle università'

italiane che si assesta intorno al 16%. Il motivo di questa contrazione della partecipazione degli studenti sta nell'apertura di corsi con obiettivi poco chiari o che si somigliano troppo, ma soprattutto che non sono orientati a rispondere alla domanda di professionalità specifiche richieste dal mercato del lavoro. Occorre, quindi, coinvolgere gli attori del sistema turistico nello sviluppo e nell'erogazione dei corsi universitari e creare un orientamento pluridisciplinare per l'insegnamento del turismo. Il Rettore dell'Università Europea del Turismo, Salvatore Messina, ha presentato il Corso di laurea in Politiche del Turismo che avrà sede a Castellana Grotte, sottolineando che è in via di completamento la stipula dell'accordo di cooperazione con l'Università degli Studi di Bari come già è stato fatto con altre 15 università europee. L'iniziativa è la risposta concreta al bisogno di 278 mila nuovi professionisti del turismo ogni anno per i prossimi 15 anni in Europa, come indicato chiaramente dal WTTC. Oltre a presentare l'Università Europea per il Turismo, Messina ha allora esposto il suo progetto per la Puglia: colmare il gap di comunicazione sulla relazione fra domanda e offerta turistica, creando strumenti di informazione veramente terzi rispetto alle dinamiche commerciali, un network delle eccellenze delle aziende locali, istituendo un protocollo di produzione e un label dedicato, un portale web e un magazine bilingue così da esportare all'estero l'identità regionale. Inoltre, l'Università Europea per il Turismo realizzerà un incubatore di idee innovative del turismo per supportare i progetti di impresa degli studenti del Corso di Laurea in Politiche del Turismo, le cui iscrizioni si concluderanno il 31 Dicembre 2011. "Il ruolo delle imprese nello sviluppo del turismo in Puglia" è stato il titolo dell'intervento di Marina Lalli, Presidente della sezione turismo di Confindustria Bari-Bat, che si è concentrata sulle carenze legislative ed organizzative in materia da quando alle Regioni è stata delegata la competenza nazionale sul turismo. La natura effimera dell'ENIT è un sintomo della situazione vigente; la delocalizzazione delle competenze ha provocato un'accelerazione della spesa con la dispersione di molte risorse, perché e autopromuoversi in campo mondiale per una regione è molto dispendioso. La Lalli ha espresso la necessità che le istituzioni ascoltino la voce dei privati anche su proposte come l'eliminazione dei ponti dal calendario, che nuocerebbero per 6 miliardi di euro al settore turistico. Gaetano Armenio, Presidente dell'Associazione Culturale Opera, ha presentato il suo progetto per destagionalizzare l'offerta attraverso il turismo religioso. Il brand "I Riti della Settimana Santa in Puglia", infatti, mira a muovere nuovi flussi turistici in un periodo di bassa stagione sulla falsariga di

quello che ha già fatto la Spagna. A breve, la stessa associazione metterà in rete 84 realtà locali con il brand "Patroni di Puglia", presentando le tradizioni religiose di tutto il territorio pugliese, feste che si svolgono in ogni periodo dell'anno. Sfruttando al meglio eventi già esistenti, si potrebbe così creare nuovo turismo e collegarlo alla cultura gastronomica e all'attività delle bande musicali. La parola chiave è far leva sull'emozione, che spinge a partecipare a eventi di questo tipo. Vittorio Andidero, delegato di Confindustria Puglia per il turismo, da imprenditore ha sottolineato la difficoltà delle aziende di fare sistema con le istituzioni: il problema risiede nell'evitare di duplicare contenitori e creare contenuti. Per Andidero, la vera provocazione risiede nella necessità di stagionalizzare l'offerta turistica pugliese, partendo dal nocciolo duro dei mesi estivi e migliorarne le potenzialità per poi puntare sulla destagionalizzazione grazie anche al business travel che vede Bari capofila e su cui si può puntare come punto di partenza per far evolvere la cultura turistica pugliese.

**Maria Teresa Lenoci**

*Addetto Stampa Lm Communication*

*ufficiostampa@lmadv.it*