



l'editoriale

Aprile
confindustria catanzaro informa



Il turismo è da sempre stato considerato il settore a più elevato potenziale di sviluppo economico della nostra regione, la risorsa fondamentale su cui puntare. Ciò in considerazione dell'enorme patrimonio naturale di cui gode il territorio, caratterizzato da un mare cristallino, da 800 Km di costa, da veri e propri tesori archeologici, da un clima mite e temperato per lunghi tratti dell'anno. Ciò nonostante il settore turistico continua a rappresentare per la nostra regione un'occasione mancata. Tale condizione emerge anche dal recente rapporto sul Turismo Italiano 2005-2006 curato da Enit e Istat e patrocinato dal Ministero delle Attività Produttive (Direzione Generale per il Turismo). Il dato riportato segnala come nell'arco di dieci anni, dal 1995 al 2004, il peso nel settore turistico del Sud Italia, isole comprese, è aumentato di tre punti percentuali. Le presenze complessive sono infatti passate dal 18,4 al 21,4 del totale nazionale. La concentrazione degli arrivi tuttavia ha interessato solo in misura marginale la nostra regione, che rappresenta solo il 4% della "torta" e che ha registrato nel decennio una posizione di stasi rispetto alle regioni del sud. Insomma, nella nostra regione il turismo continua a rimanere un'eterna promessa. Occorre quindi avviare una profonda riflessione sulle cause che impediscono di mettere a frutto le straordinarie ricchezze naturali del nostro territorio a partire dalla riorganizzazione dell'offerta turistica. Il primo vero nodo da sciogliere infatti è proprio la creazione di una chiara identità di prodotto che sia adeguata alla domanda internazionale ed appetibile a buona parte del mercato europeo. Nell'attuale mercato della domanda ed offerta di turismo infatti, la diffusione del trasporto aereo a prezzi sempre più bassi ha prodotto una forte competizione tra mete turistiche geograficamente anche molto distanti. La nostra regione in particolare corre il rischio di trovarsi in mezzo a due tendenze opposte, la prima che privilegia le mete mediterranee per eccellenza (Spagna e Grecia) caratterizzate da un'offerta di elevata qualità, la seconda rappresentata dalle mete emergenti (Tunisia, Marocco, Croazia, Turchia) con un rapporto qualità/prezzo decisamente più basso. In un mercato in cui le scelte dei viaggiatori sono guidate più dalle motivazioni che dalle destinazioni, è quindi necessario operare una scelta tra i tanti turismi possibili, affinché emerga anche per la nostra regione una originalità dell'offerta che la renda unica ed attrattiva. Dopo questa scelta sarà quindi possibile intervenire con politiche coerenti in tema di trasporti, accoglienza, formazione, infrastrutture e servizi. Insomma, c'è molto lavoro da fare ed è necessario partire in fretta, per non vanificare quella che nei prossimi anni può essere la nostra più grande occasione di sviluppo.