

# «La cultura per rilanciare il turismo del mare»

►La ricetta del sottosegretario al Ministero dei beni culturali

►Prima giornata per il **Btm**-Business Tourism Management al Palafiere

**Serena COSTA**

«La cultura darà una spinta anche al turismo del mare. Lecce? Una meta culturale importantissima e sempre più conosciuta a livello nazionale e internazionale».

Non ha dubbi il sottosegretario al Ministero per i Beni e le attività culturali, Lorenza Bonaccorsi, intervenuta ieri pomeriggio al **BTM**-Business Tourism Management, nel corso del convegno su "Il futuro del turismo e del turismo culturale".

Gli 800 chilometri coste pugliesi, si sa, sono un'attrazione connaturata all'identità regionale, eppure, soprattutto nell'ultimo anno e dopo il boom di quelli precedenti, sono state in qualche modo insidiate dal ritorno in pista di mete momentaneamente oscurate dai conflitti bellici: Nord Africa in primis. E poi c'è l'ascesa incontrovertibile dell'Albania, della Slovenia e del Montenegro e la tenacia della Grecia. Tutte queste mete, in termini di rapporto tra prezzi e servizi offerti, sbaragliano la concorrenza, colpendo proprio la Puglia.

E dunque, la ricetta pensata dal sottosegretario è proprio quella di coniugare i due aspetti per intercettare target più trasversali, puntando soprattutto sui flussi stranieri: «C'è la consapevolezza che il prodotto mare è oramai maturo e nel nostro Paese fa più fatica a tenere testa rispetto ad altri mo-

delli, perciò occorre rivitalizzarlo coniugandolo con la cultura. Nel 2019, per la prima volta, il turismo internazionale ha superato quello domestico,

in un rapporto del 51% di contro al 49% - ha spiegato Bonaccorsi - ed è su quello che dobbiamo puntare. Più in generale, in Puglia si sta facendo un lavoro molto importante per il turismo culturale, con in testa Lecce, che è sempre più conosciuta e ha puntato molto sull'internazionalizzazione». I beni architettonici leccesi, dunque, sono nell'immaginario di un terzo dei turisti che arrivano in Puglia (Osservatorio regionale turismo).

Un segnale importante, se si considera che «il valore dei soli musei statali, in termini di visitatori, corrisponde all'1,2% del Pil - ha spiegato il sottosegretario Bonaccorsi -. Figuriamoci se aggiungessimo quelli comunali, provinciali e privati».

Affinché, però, si possa parlare veramente di industria turistica, occorre implementare la rete tra gli operatori del settore e «una maggiore consapevolezza di ciò che serve in termini di servizi e di ciò che si vuole diventare - ha sottolineato poi l'assessore regionale al Turismo e all'Industria culturale, Loredana Capone -. Il futuro della Puglia nel turismo deve essere sostenibile, favorevole ai giovani e alle donne. La Puglia che desidero conosce la sua vocazione geografica: siamo al centro del Mediterraneo e le persone sono felici di venire in Puglia oggi, ma dobbiamo fare della Puglia un brand cult, per far sì che i vacanzieri sognino di venire da noi. Famiglie e giovani hanno bisogno di servizi diversi: le prime sono un target che dà una grande ricchezza ai territori, perché comprano gadget e visitano i luoghi di cultura. Ma occorrono luoghi family friendly e le

imprese devono sforzi ancora maggiori per mettere in campo una serie di servizi che non tutti hanno. I giovani, invece, hanno bisogno di divertirsi: dobbiamo offrire loro posti in cui poterlo fare, evitando però le speculazioni sul paesaggio».

E, a proposito dell'innalzamento della qualità, il sottosegretario ha infine sottolineato come sia necessario offrire percorsi professionalizzanti non solo attraverso gli istituti alberghieri, ma anche nell'educazione terziaria.

Nel giorno di apertura, **BTM** ha siglato oltre 7.000 visitatori. Questa mattina, alle 12.30, il ministro alle Politiche agricole, Teresa Bellanova, collocherà con i giornalisti nell'area dedicata al ministero delle Politiche agricole. Oggi è la giornata dell'Hotel performance day in **BTM**: nella main hall, dalle 9.30 alle 16.45 si susseguiranno incontri con esperti, che parleranno di 5 mosse per vendere camere in modo diretto, come creare un piano marketing di gestione di un albergo, dalla vendita delle stanze ai ricavi, dall'utilizzo delle piattaforme Google al Darwinismo digitale e "daturismo", di revenue management e di strategie per vendere online attraverso le relazioni con gli utenti. Tra gli altri eventi, nella sala Air, alle 11, si parlerà di turismo etico e alle 12.30 seguirà un approfondimento sulle tecnologie del futuro, tra chatbot e assistenti vocali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Un momento del convegno di ieri alla **Btm** al LecceFiere