

Il Comune: «La nostra città si è dimostrata attrattiva»

Turismo, bilancio positivo alla Btm

TARANTO - Grande attenzione per Taranto da parte di visitatori e operatori turistici alla Btm di Lecce. “Alla fine dei tre giorni di incontri, scambi B2B e presentazioni di proposte turistiche, siamo soddisfatti del riscontro ottenuto dal nostro territorio. Un migliaio le brochure di Taranto andate a ruba negli stand a dimostrazione che la nostra città è attrattiva” dichiara Gianni Cataldino, assessore allo sviluppo economico del Comune di Taranto. “Il lavoro che l’amministrazione Melucci ha prodotto in direzione del riposizionamento d’immagine della nostra città attraverso nuovo brand e azioni efficaci di comunicazione, produzione culturale e di eventi nonché di marketing territoriale, inizia a fare breccia nella percezione che Taranto sia solo ex Ilva e null’altro. Puntare su un’economia sostenibile che faccia del mare, dell’agricoltura e del turismo alcuni degli strumenti di crescita, significa andare oltre” continua Cataldino. “Stiamo lavorando per rendere la nostra città una destinazione di un turismo esperienziale che cerca nei luoghi un coinvolgimento capace di offrire emozionali che contemplino i 5 sensi. L’attenzione attestata alla Btm genererà approfondimenti con i tour operator e una serie di azioni strategiche nelle quali saranno coinvolti tutti gli attori capaci di tramutare tutte le esperienze del Distretto Turistico Tarantino in una reale industria turistica che dia forza al progetto di un Ecosistema Taranto fondato sulla ricerca di un reale benessere economico, sociale e culturale equo e sostenibile” dice l’assessore. Anche il presidente provinciale di Confcommercio

Leonardo Giangrande ha parlato di turismo. “Nei giorni scorsi in occasione di un convegno internazionale di studi che ha messo a confronto i nostri Riti con quelli famosissimi delle città spagnole dell’Andalusia, ci siamo ancora una volta soffermati a riflettere sul valore della Settimana Santa tarantina e sulle enormi potenzialità che esprime e che potrebbero produrre risultati durevoli per l’economia del territorio, per il commercio ed il turismo. Il caso Spagna (con 347 eventi religiosi, 24 settimane sante di località dichiarate di interesse turistico

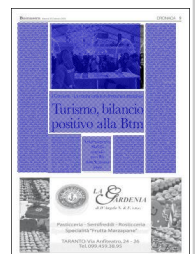
internazionale) è indubbiamente illuminante: le settimane sante rappresentano una enorme occasione di business di svariati milioni di euro e di ritorno economico diretto per il commercio ed il turismo (migliaia e migliaia di turisti che affollano gli hotel delle varie città con un’occupazione dei posti letto del 90%), ed indiretto: l’impatto mediatico con le dirette televisive. Ovviamente ciò ha comportato un grande sforzo corale: dalle confraternite e le congreghe religiose al settore pubblico (per i servizi ed

il sostegno alla promozione), ai vari settori economici impegnati nella fornitura di beni e servizi. Il ritorno economico per Siviglia o Granada infatti non si esaurisce con le giornate delle processioni, ma sviluppa un’economia parallela che va avanti nel corso dell’anno. Non è certamente il caso di Taranto e né possiamo pensare che si possa giungere a questi risultati facilmente, la Spagna ha intrapreso questo cammi-

no oltre 30 anni fa, quando già aveva una tradizione e tour operator che si muovevano in que-

sta direzione. Taranto in Puglia rappresenta una delle mete più richieste del turismo pasquale e primaverile pugliese: il tasso medio di prenotazione delle camere nel periodo tra aprile e primo maggio nel 2019 (secondo i dati recenti di Pugliapromozione) è stato del 77%; si può e si deve fare meglio: Bari ha registrato nello stesso periodo il 90%, Lecce l’80%. Evidentemente, malgrado la qualità ed il livello dei Riti della Settimana Santa, l’appeal del turismo pasquale non è ancora tanto forte da richiamare più gente e soprattutto far sì che il periodo di occupazione delle camere nelle strutture ricettive di Taranto e della provincia vada oltre il venerdì santo. Gli operatori ci dicono infatti che il sabato mattina dopo le processioni gli ospiti vanno via, noi invece dobbiamo trattenerli con nuovi stimoli ed esperienze.

I punti di forza del sistema della ricettività pugliese secondo gli indicatori regionali sono il buon clima, il patrimonio culturale, la qualità della ristorazione ed il mare. Taranto purtroppo - per le note vicende dell’ex Ilva - parte svantaggiata rispetto a Bari, Lecce, Alberobello, Polignano a



Mare destinazioni preferite dai vacanzieri di primavera. Stranamente, nell'ultima indagine di Puglia Promozione sul turismo culturale in Puglia, Taranto non appare nella lista delle prime 15 destinazioni culturali top eppure abbiamo un importantissimo museo archeologico nazionale della Magna Grecia, un castello che è uno dei monumenti più visitati di Puglia. Purtroppo però il racconto della città è ancora molto legato all'industria e all'inquinamento e Taranto continua ad essere percepita come una città industriale piuttosto che una destinazione turistica. Abbiamo bisogno di mettere a sistema ciò che il nostro territorio offre e che non è poco. Abbiamo necessità come abbiamo detto nei giorni scorsi di una attenzione particolare del Governo al quale chiediamo di fare presto e velocemente, di sbloccare il Cantiere Taranto e di avviare la procedura per la No Tax Area. Riteniamo che Taranto, con ciò che ha dato e che ancora dà alla Nazione, abbia tutto il diritto di rivendicarla".

Confcommercio: Modello spagnolo per i Riti della Settimana Santa

