

## **Confindustria, la dimensione del turismo al Sud è inferiore alle potenzialità**

notizia pubblicata **27 Settembre 2006** alle ore **10:30** nella categoria **Territori**

---



‘La dimensione del turismo nel meridione e’, di molto, inferiore alle potenzialità’. A spingere per un rilancio del settore turistico nelle Regioni del Sud, e’ il vice presidente di Confindustria, con delega al Mezzogiorno, Ettore Artioli, intervenuto in video conferenza alla presentazione dei primi risultati del progetto M.i.s.s. Italia, realizzato da Federturismo e Sfc per promuovere la formazione del management turistico. Citando il rapporto di Confindustria ‘Turismo e Mezzogiorno’, Artioli ha sottolineato come “all’origine della crisi del turismo italiano ci sono, oltre agli attuali problemi congiunturali, anche specifici problemi strutturali”. Per il Sud, in particolare, Artioli identifica come “specifiche criticità” le “difficoltà di accedere ai servizi: ricezione, trasporti, informazioni; la scarsità quantitativa e qualitativa dell’offerta; il cattivo rapporto tra qualità e prezzi; la mancanza di un’offerta adeguata alle aspettative e al target dei potenziali visitatori; modelli di consumo simili a quelli del centro-nord, impraticabili e poco attrattivi nel Sud e una scarsa propensione all’associazionismo, alla cooperazione di filiera e di distretto”. Secondo il rapporto – ha ricordato Artioli – la quota dei turisti stranieri nel Sud e’ pari al 27% del totale, contro il 46% dell’intera Italia. La loro spesa, nel Mezzogiorno, e’ di 7,7 miliardi di euro, sui 27 a livello nazionale. La

correlazione tra arrivi turistici e siti Unesco, pari a 1,2 milioni di visitatori per sito in Italia, nel Sud e’ di 1,1 milioni per sito, sotto alla media europea di 1,2 milioni. Secondo il vice presidente di Confindustria dunque e’ necessario favorire l’integrazione di filiera, con il recupero e

la valorizzazione dei beni ambientali e culturali; superare l’attuale concezione di turismo, concepito come piccole attività individuali e non come sistema; puntare sulle nicchie di mercato, come il turismo enogastronomico, ambientale, etc.; costruire sistemi turistici locali; fare della qualità un elemento di sistema e promuovere partenariati pubblico-privati. “Per lavorare su queste priorità – ha concluso Artioli facendo riferimento al progetto di formazione M.i.s.s. Italia – occorre che gli attori in gioco siano consapevoli delle sfide che li attendono. Occorre una classe dirigente preparata e pronta a rischiare, che sappia progettare strategie congiunte e creare un sistema davvero integrato tra turismo e servizi nel Sud”.