

Alto gradimento per il Sud, ma ancora pochi i turisti

notizia pubblicata **31 Ottobre 2008** alle ore **12:20** nella categoria **Turismo**



L'Italia e in particolare il Mediterraneo sono in cima ai desideri dei viaggiatori europei e statunitensi. Adesso, però, occorre trasformare questa propensione in dati reali. Questo in sintesi il quadro che emerge dagli studi contenuti nel volume "Attrattività e immagine turistica del Mezzogiorno", che raccoglie ricerche effettuate da Mercury, Doxa, Ciset e Touring Club che è stato presentato ieri pomeriggio, giovedì 30 ottobre, a Villa Malfitano a Palermo, alla presenza del presidente della Regione Raffaele Lombardo e del sottosegretario con delega al Turismo, Michela Vittoria Brambilla.

Secondo la ricerca, nel periodo 1995-2006, le presenze straniere nel Mezzogiorno, rispetto al totale dell'Italia, passano dal 12,9% al 13,6%, con picchi del 14,2% nel 2000. In termini di valori assoluti, le presenze nel Sud e nelle Isole sono state 14,6 milioni nel 1995, 19,9 milioni nel 2000 e 21,3 milioni nel 2006. Di queste, nel 1995 gli stranieri rappresentano il 27,7%, e nel 2006 il 29,3%. Fra gli stranieri in visita in Italia la propensione a visitare il Mezzogiorno è massima per i giapponesi (30,2% del totale degli arrivi in Italia) e minima per gli austriaci (4,2%); in mezzo si collocano statunitensi (22,9%), francesi (14,9%), inglesi (14,8%), belgi (12,7%), olandesi (9,4%), tedeschi (8,4%) e svizzeri (6,8%).

"Il 2009 – ha spiegato Marco Berchi, direttore del settore studi, ricerche e periodici del Touring Club Italiano – sarà un anno di grandi difficoltà ma credo che le famiglie non rinunceranno del tutto alle vacanze. Al massimo presteranno ancora più attenzione al rapporto qualità-prezzo. Dunque è proprio sul concetto di 'qualità' che si giocherà la sfida del 2009, in particolare sul fronte dell'offerta ricettiva e delle infrastrutture".

Dello stesso avviso anche Emilio Becheri, amministratore della Mercury: "Bisogna però fare attenzione a non identificare le carenze sul fronte delle infrastrutture come un alibi per rimanere fermi. Tra le regioni del Sud la Sicilia potrebbe intanto puntare a sfruttare meglio quelle esistenti, se soltanto ci fosse una diversa e più efficace promozione turistica anche con il sostegno e l'organizzazione delle istituzioni".

"Del resto – ha concluso Ennio Salamon presidente di Doxa – le potenzialità ci sono: quasi tutti i nostri intervistati all'estero conoscono, almeno di nome, la Sicilia. E per gli stranieri per cui spesso acquistare un pacchetto turistico significa comprare la possibilità di 'vivere bene' anche per un breve periodo, la Sicilia può rappresentare la meta ideale perché accomuna in sé gastronomia, sole e mare, arte e accoglienza".