

Turismo la Bat cerca il rilancio

00131

Forum della Gazzetta

AURORA A PAGINA 6 >>

Puglia, attrazione fatale per i turisti

Previsioni positive anche per il 2023. Sesta provincia in coda, ma tante prospettive

CENTRO STUDI INTESA SAN PAOLO IL PARTERRE DEI RELATORI

Pedroli, De Andreis e Capasso: «La combinazione di attrattività, cultura e natura hanno un forte impatto sul Pil regionale»

Fontana (Confindustria), Lalli (Federturismo) Scandale (Pugliapromozione), Bottaro (sindaco), Filipponio (Mibact), Guarnieri (Sovrintendenza)

● **TRANI.** Il 2022 è stato un anno molto positivo per il turismo in Puglia con risultati che hanno superato le attese. Rispetto all'anno precedente, le presenze sono cresciute in Puglia del 13,3%, il fatturato oltre il 50% ed il Valore aggiunto del 5%. Con questa crescita nel 2022 la Puglia ha recuperato i livelli pre-Covid: 101,8% delle presenze, 124,4% del fatturato e 100,7% del valore aggiunto. Buone le previsioni anche per il 2023: quest'anno la Puglia consoliderà e rafforzerà il pieno recupero pre-pandemico. Questo è quanto emerge dalle previsioni di **SRM** Centro Studi del Gruppo **Intesa Sanpaolo** presentate a Trani in occasione del quarto incontro del ciclo "Mezzogiorno di Focus" organizzato dalla Gazzetta del Mezzogiorno e Confindustria Bari e BAT in collaborazione con **Intesa Sanpaolo**, ospitato nel Polo museale di Trani, gestito da Fondazione Seca.

BAT, DATI E PROSPETTIVE - Tuttavia, in un tale scenario di crescita, la Bat fa fatica non riuscendo a mettere in strada i cavalli che pure ha nel motore. Basti pensare che la provincia di Barletta Andria Tran, secondo le rilevazioni dell'Osservatorio dell'Agenzia regionale Puglia Promozione, si colloca come finalino di coda fra le province pu-

gliesi con solo il 4% degli arrivi e il 2% delle presenze turistiche nel 2022: troppo poco per una terra con ben altre potenzialità.

IL PRIMATO DEL MARE - I dati di fine 2022, evinti dal rapporto rilasciato a febbraio 2023 da Pugliapromozione, ci dicono che la Puglia ha scalato la classifica degli arrivi ed è salita dal dodicesimo posto del 2019 al nono posto nel 2021 fra tutte le regioni italiane. Nonostante ciò nelle 15 principali destinazioni pugliesi non c'è nulla riconducibile alla Bat, eccetto Vieste, mentre sul podio degli arrivi ci sono Bari e Lecce.

Secondo i dati di **SRM** in Puglia su 257 comuni primeggiano quelli con vocazione marittima (17,4%, 10,2% al Sud e 5,2% in Italia). Seguono i comuni con più vocazioni 10,1%, dato superiore a quello meridionale (8,7%) e nazionale (7,9%) e quelli a vocazione culturale e paesaggistica (2,3%, Sud 2,6%, Italia 5,4%).

ANALISI E PROPOSTE - Come analizzare, in ogni caso, il gap della Bat? E quali gli strumenti per risalire la corrente? E perché la sollecitazione odierna arriva da Confindustria Bari e BAT? «Perché siamo parte del tessuto produttivo della Bat - risponde il presidente, Sergio Fontana -, in-

trecciato con l'industria del turismo che ha dietro una ricca e variegata filiera. I dati non sembrano confortanti, ma io vedo il bicchiere mezzo pieno. Abbiamo fatto la sfilata di Gucci ad Andria, esportato De Nittis negli Usa, abbiamo l'archeologia a Canosa e Trani è che tra le città più belle del Mezzogiorno. C'è solo bisogno di una politica meglio integrata fra i vari comuni. Sfruttiamo le potenzialità e facciamo decollare questa provincia».

Alberto Pedroli, direttore regionale Puglia, Basilicata e Molise di **Intesa San Paolo**, ritiene che «è il momento che la Bat diversifichi l'offerta, investendo sul turismo culturale. Proponiamo una Bat sostenibile a lunga scadenza in cui nessuno saccheggi il territorio. Allora facciamo transizione ecologica, per la quale **Intesa Sanpaolo** ha già previsto 75 miliardi di euro a sostegno di investimenti per la transizio-



Superficie 63 %

ne energetica - e dunque per il turismo - e farà sempre la sua parte».

«Il 2023 sarà per il Mezzogiorno, e in particolare per la Puglia, l'anno turistico di cultura, natura e attrattività del made in Italy - dice a sua volta **Massimo Deandreis**, direttore generale del Centro studi **Srm** di **Intesa San Paolo** -. Lo scenario congiunturale è in continua evoluzione per la complessità dei fattori in gioco, ma un importante contributo alla ripresa del Pil deriverà proprio dal settore turistico, che in Puglia gioca un ruolo rilevante». Puntare sul turismo culturale e su quello enogastronomico è la strategia vincente, perché questi sono i segmento turistici a maggior impatto sulla crescita del Pil, come ha evidenziato **Salvio Capasso** di **SRM**.

Tornando alla Bat, il direttore di Puglia promozione, **Luca Scandale**, è convinto del fatto che «l'idea di Puglia imperiale ha funzionato a fasi alterne ed è necessario promuovere anche la Bat come "#WeareinPuglia". Questa è la terra della cultura e di tante altre risorse che si sposano con il turismo, e noi insistiamo sull'internazionalizzazione perché è quella che ci porta a destagionalizzarlo. Su cabina di regia e cartellone unico stiamo la-

vorando». **Marina Lalli**, presidente di **Federturismo**, ricorda che «intanto possiamo sfruttare il fatto di essere al centro di due bacini aeroportuali come Foggia e Bari. Foggia adesso c'è e con essa possiamo ripetere il miracolo della Valle d'Itria, che si trova al centro tra Brindisi e Bari. L'altra esigenza irrinunciabile è proprio quella di un cartellone unico di eventi, con un'unica cabina di regia».

«Fare rete» è la ricetta anche del sindaco, **Amedeo Bottaro**: «La Bat fa fatica, Trani è comunque fra le prime venti in Puglia, ma siamo ancora troppo provinciali. Ciascuno tira l'acqua al suo mulino e soprattutto mancano i trasporti. Puglia promozione si sta muovendo bene, ma il percorso è ancora lungo: l'importante è crederci».

Per il sovrintendente all'Archeologia, Belle Arti e Paesaggio della provincia BAT e Foggia **Anita Guarnieri**, «I beni paesaggistici e architettonici di cui la BAT è ricca devono essere un'altra spinta. Noi stiamo facendo con la Direzione regionale dei musei ed i Comuni del territorio un lavoro di concertazione basato sicuramente sulla conoscenza e poi sulla valorizzazione, che sono gli elementi fondamentali per poter fare anche tutela».

Angiola Filipponio Tatarella Componente del Consiglio Superiore dei beni culturali del Ministero della Cultura ha aggiunto: «Per la Bat io penso a un turismo essenzialmente culturale, credo che qui siano condensati dei tesori, questo è il motivo per cui il Ministero della Cultura e il Ministero del Turismo sono a disposizione di questa provincia perché venga adeguatamente valorizzata».

Oscar Iarussi, direttore della Gazzetta e moderatore del convegno, ha a sua volta posto in risalto il fatto che «cultura e turismo devono assolutamente connettersi. Qui a Trani basta guardarsi intorno per rendersi conto di essere in un museo a cielo aperto. Abbiamo delle enormi opportunità culturali, ma anche eventi che si possono produrre per promuovere l'immagine di questo territorio, possibilmente con un'adeguata cabina di regia. Movida e turismo non vanno d'accordo? La movida fu il fenomeno culturale che rilanciò la Spagna post franchista, ma oggi è altro e, qualora diventi disordine, caos ed incapacità di gestire il tessuto urbano, può essere un problema. Si tratta di saper contemperare correttamente le varie esigenze». [nico aurora]



TRANI Ieri il convegno sul turismo [foto Calvaresi]



«TURISMO, DESTINAZIONE BAT: IDEE E STRATEGIE» Il convegno di Trani. Da sinistra: Oscar Iarussi,

Angiola Filipponio, Anita Guarnieri, Marina Lalli, Luca Scandale e Massimo Deandreis [foto Calvaresi]