

# «Il futuro del turismo è nell'innovazione»

*Le imprese unite per promuovere la marca Puglia*

di **Oronzo MARTUCCI**

La Puglia turistica sta cercando attraverso la collaborazione tra pubblico e privato di dare un nuovo impulso al settore e di spendere nel modo più produttivo possibile le risorse destinate alla promozione. Per dare forza a questo progetto la giunta regionale ha riconosciuto martedì scorso il distretto produttivo del turismo al quale hanno aderito 328 imprese, 11 associazioni di rappresentanza degli imprenditori del settore e 3 sigle sindacali dei lavoratori.

«Si tratta di un passo importante, direi decisivo, per costruire una offerta di maggiore qualità, capace di competere sul mercato nazionale e su quello internazionale e di portare innovazione nel settore», spiega Giuseppe Chiarelli, direttore regionale della Confcommercio, di origine martinese. Chiarelli è stato di fatto il promotore e l'organizzatore del distretto insieme a Piero Conversano, direttore regionale di Confindustria.

«Il primo obiettivo di questo progetto è quello di superare la frammentazione della promozione turistica. Non è concepibile vedere ancora piccole imprese che partecipano da sole alle fiere turistiche internazionali. Dobbiamo lavorare insieme, fare massa critica, poi creare club di prodotto mettendo insieme per esempio le masserie, le strutture ricettive che sono state allestite in dimore storiche o le offerte legate all'enogastronomia o a percorsi artistici e naturalistici. Dobbiamo in ogni caso superare l'improvvisazione per usare al meglio le nostre potenzialità in sinergia con Puglia Promozione, l'agenzia regionale che si occupa del settore e ha sostituito le vecchie aziende di promozione turistica», aggiunge Chiarelli.

A parere degli imprenditori che hanno costituito il distretto «le priorità di azione e gli obiettivi primari non potranno che riguardare: la rivitalizzazione dell'immagine di marca-regione, un forte rinnovamento dei prodotti e la loro tematizzazione, un deciso recupero dell'efficienza operativa, un costante raccordo sinergico e funzionale con le realtà locali e dei sistemi turistici locali».

Il lavoro di raccordo deve permettere di valorizzare ancor di più «l'immagine di marca-regione come valore indiscusso, senza penalizzare la ricchezza rappresentata dai singoli elementi che la compongono, giacché la Marca Puglia non esisterebbe senza le singole realtà locali».

Chiarelli spiega che nel percorso di lavoro del distretto è fondamentale la valorizzazione

delle fortissime identità territoriali, dando modo ai territori di esprimere, in forme concertate di rappresentatività, le loro proposte e le loro peculiarità e incoraggiando anche la nascita di «reti di prodotti» e di altre forme coordinate di proposizione di prodotti».

Soddisfazione per il varo del distretto è stata espressa dal vicepresidente della Regione Puglia e assessore allo Sviluppo economico Loredana Capone: «Con il distretto accompagniamo le imprese in uno sviluppo che ha come filo conduttore l'innovazione, la formazione e l'internazionalizzazione. Il pregio della rete creata dal distretto è proprio quella di introdurre questi tre elementi anche nelle imprese piccole e piccolissime».

L'innovazione nel settore va di pari passo con l'innovazione. E gli occhi sono puntati sui mercati europei maturi (Germania in primo luogo), per poter avvicinare i mercati del futuro, in particolare Cina e Russia.

Gli imprenditori del distretto sono convinti che i nuovi mercati si possono avvicinare via interne. Spesso il turismo elettronico viene erroneamente identificato con la compravendita di viaggi e biglietti su Internet. In realtà esso è molto di più della semplice esecuzione di transazioni commerciali con trasferimento di fondi via Internet, in quanto implica una filosofia d'affari completamente nuova. Per affermarsi in questo scenario competitivo, ciascuna azienda turistica deve adottare un nuovo modello di business nell'ambito del quale solide basi tecnologiche e organizzative consentano di supportare i tre capisaldi per il successo on line: adeguati canali promozionali, efficienti customer service, tecnologie e processi scalabili. Tutte le imprese turistiche dovranno sviluppare nuove strategie per raggiungere i loro clienti attraverso questi nuovi canali». Ma credere in questo modo di fare turismo significa anche per tanti imprenditori sottoporsi a corsi intensivi di formazione. Il futuro soprattutto nel turismo non può fare a meno di meno di internazionalizzazione, tecnologia e formazione.

## **RICCHEZZA**

Turismo tra mare, sport e natura lungo le coste pugliesi: valore aggiunto dell'economia regionale

## **LA NOVITA'**

### **Costituire i convention bureau**

Tra gli impegni del distretto del turismo vi è anche quello di costituire il Convention bureau. «Il turismo congressuale, per la qualità dei flussi, per il virtuoso interscambio che realizza con la sede che ospita i congressi, per capacità di distribuire i flussi lungo tutto l'arco dell'anno può rappresentare una grande risorsa per il rilancio complessivo del turismo nella regione», sostengono gli imprenditori.

**328**

Gli operatori del settore coinvolti nell'accordo



**11**

Le associazioni che hanno promosso il progetto



(C) Quotidiano di Puglia S.p.A. | ID: 00000000 | IP: 93.43.231.243

**3**

I sindacati che hanno aderito all'iniziativa



**11**

I turisti in milioni giunti in Puglia nel 2011

