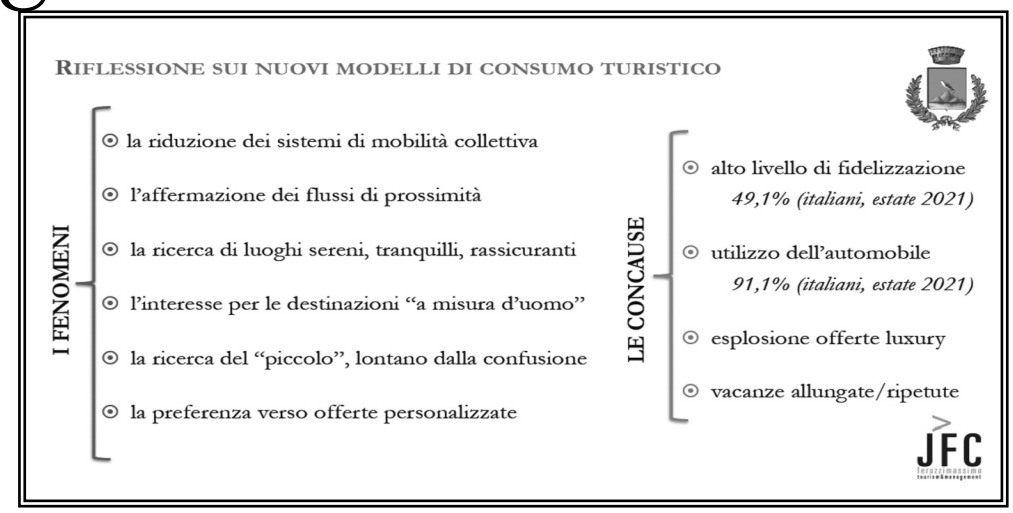
Massimo Feruzzi, manager per lo sviuppo turistico, in un intervista esclusiva al Settimanale Fax

"Vi spiego come far crescere Polignano"

Dopo l'interessante conferenza tenuta in aula consiliare da Massimo Feruzzi, manager con la ricetta per lo sviluppo del turismo a Polignano, proponiamo un'intervista utile a chiarire meglio le idee su quanto già riportato la scorsa settimana dal Settimanale Fax.



Uno dei punti della sua conferenza in aula consiliare ha illustrato i margini di miglioramento che Polignano può raggiungere sulla via di una "città turistica" sempre più consapevole del suo destino economico. Possiamo approfondire questi margini di miglioramento? quali e quanti sono?

«Nessuna destinazione turistica, quindi neppure Polignano a Mare, deve mai sentirsi appagata dei risultati raggiunti. Polignano a Mare, inoltre, è una destinazione turistica "giovane", che ha vissuto il suo sviluppo negli ultimi quindici anni, con una crescita anche tumultuosa; anche per questo motivo l'ulteriore "passo in avanti" deve essere guidato con saggezza ed in coerenza con i valori del territorio. I principali margini di miglioramento possono essere differenziati sui vari ambiti:

1. ampliare la stagionalità, che significa rafforzare il reddito delle imprese della filiera turistica;

2. incrementare la permanenza media, vale a dire allungare il soggiorno degli Ospiti nella Destinazione;

3. conquistare ospiti high-value, quindi clientela con una buona capacità di spesa, anche grazie all'implementazione delle tematiche wedding e cultura diffusa;

4. perfezionare il livello di qualità reale, che significa migliorare tutti i livelli dei servizi forniti agli Ospiti, sia pubblici che privati;

5. migliorare il livello di accoglienza e welcome, grazie ad una serie di interventi e di controllo qualità;

6. acquisire un posizionamento digitale, in quanto strumento primario per la valorizzazione e promozione territoriale;

7. innalzare le competenze, facendo riferimento sia agli operatori ma in particolar modo alle risorse umane che operano nel turismo;

8. migliorare la conversione degli eventi, sia per quanto riguarda il numero degli Ospiti che soggiornano, sia per il continuo innalzamento qualitativo;

9. agire su due tematiche strutturali, quali l'ampliamento della ZTL e l'esperienza della fruibilità del mare.

Massimo Feruzzi

Il tutto transita da un sistema di governance nel quale l'Amministrazione Comunale diventa soggetto predittore, in grado di stimolare una variazione positiva di uno status quo, in cui troppi operatori si sono andati stabilizzando sulle posizioni acquisite.

Nella sua relazione spiega che nel periodo post pandemico siamo passati da 152mila presenze a meno di 40mila e che oggi viaggiamo su un -40%. Qual è la fonte di questi dati e come sono stati ottenuti?

«In merito alle presenze – facendo riferimento al triennio 2017/2019, quindi pre-pandemia – ritengo sia utile evidenziare un aumento generale del +15,7%: nello specifico, i pernottamenti sono passati da 251.751 nel 2017 a 274.138 nel 2018 – segnando una variazione positiva del +8,9% – fino ad arrivare nel 2019 a 292.750 presenze (+6,8%). La curva degli italiani ha subito un lieve aumento delle presenze: infatti, i pernottamenti sono incrementati da 135.739 nel 2017 a 137.030 nel 2018 (+1%) fino ad arrivare a 140.897 presenze nel 2019 (+2,8%); mentre, per quanto riguarda le presenze straniere, si denota un incremento maggiore passando da 116.012 pernottamenti nel 2017 a 137.108 nel 2018 – avendo una variazione positiva pari al +18,2% – per arrivare a 151.853 presenze nel 2019 (+10,8%). Presenze che, nell'anno 2021, hanno subito una riduzione del -41,7%, concentrando le perdite – per ovvi motivi legati alle restrizioni da Covid-19 – ai mercati esteri. Confrontando infatti le presenze di ospiti stranieri del 2019 rispetto all'anno "Covid", si nota il passaggio da 152mila presenze circa a 32mila presenze, mentre per quanto riguarda i nostri connazionali si è passati da circa 141mila presenze a 138mila: una riduzione nulla se si considera che nel periodo marzo/giugno 2020 vi sono state riduzioni di presenze variabili dal 100% al 74%. La fonte dei dati è quella ufficiale, vale a dire la Regione Puglia-Osservatorio Puglia Promozione ed, in parallelo, l'Istat, che ne certifica la validità».

Le nostre 152 mila presenze sono meno del 20% del milione di turisti vantato da Vieste. Un confronto senza storia?

«Paragonare Vieste con Polignano a Mare è errore strategico prima ancora che metodologico. Strategico perché Vieste viene da una storia completamente diversa, nata negli anni del boom economico e sviluppatasi nell'unica area turistica della Puglia degli anni '70, il Gargano. A quell'epoca Polignano a Mare neanche esisteva sulle mappe turistiche. Metodologico perché la lettura dei numeri di presenze può, anzi deve, essere effettuata utilizzando un sistema di equazione tra due diversi valori tra loro dipendenti: appunto le presenze ed i posti letto. Ecco allora che, facendo riferimento all'anno 2019, risulta che:

- *Vieste dispone di 62 strutture alberghiere e 275 strutture extra-alberghiere, per complessive 337 strutture ospitanti e complessivi 42.462 posti letto,*
- *Polignano a Mare dispone di 13 strutture alberghiere e 273 strutture extra-alberghiere, per complessive 286 strutture ospitanti e complessivi 3.791 posti letto.*

Il valore di comparazione è quello relativo ai posti letto ed alla loro relazione con le presenze turistiche, al fine di effettuare una valutazione che utilizzi lo stesso sistema di misurazione. Pertanto, considerando – sempre tenendo base al dato 2019 - che Vieste ha avuto 1.915.749 presenze e Polignano a Mare 292.750 presenze (le 152mila presenze sono le sole presenze straniere), il rapporto presenze/posti letto è pari a 45,11 per Vieste ed a 77,22 per Polignano a Mare. Altro elemento importante è l'indice di internazionalizzazione:

Con la collaborazione dell'Istituto Alberghiero e dei docenti Zaccagni e Talenti

Organizzato un corso d'inglese per ristoratori

«Fare rete con il territorio e le istituzioni e il nostro obbiettivo quotidiano, con sacrificio e sforzo ci stiamo riuscendo. Si rafforza sempre di più la collaborazione delle associazioni che rappresentiamo con l'alberghiero di Polignano IP. Domenico Modugno».

Questa è la rotta che Silvio Perrone, gestore dello storico ristorante Cozze Nere, traccia come presidente dell'Associazione Ristoratori che include anche rosticcerie e bar.

In questi giorni è partito un corso di Inglese specifico di microlingua pensato ad hoc per il settore ristorativo e rivolto agli associati ed ai loro collaboratori, organizzato e gestito in collaborazione con l'istituto Alberghiero.

«Grazie alla disponibilità della dirigente Margherita Manghisi che ha sposato appieno l'iniziativa, e la collaborazione di due suoi docenti, la professoressa Deianira Zaccagni laureata in lingue, ed il prof Domenico Talenti referente dello stesso istituto, è stato possibile fare partire questo progetto effettuato a titolo completamente gratuito e volontario dagli stessi. «Ringraziamo come sempre l'Istituto nella persona della dirigente ed i suoi professori, confermo che sta nascendo una collaborazione fattiva che andrà oltre questo impegno nel tempo – ha concluso Silvio Perrone- Grazie anche a tutti gli associati che mi sono vicini e mi danno la possibilità e la forza di creare questo tipo di iniziative che ci permettono di crescere ed essere sempre più competitivi nel nostro settore.

Infine voglio congratularmi con la professoressa Manghisi per essere stata nominata presidente regionale della REte NAzionale Istituti Alberghieri (acronimo Renaia). Un riconoscimento che si riflette anche sulle strutture ristorative del nostro territorio».

I fatti della SETTIMANA Fax

Polignano città turistica deve crescere, avere parcheggi e superare la fase del mordi e fuggi

Passare da essere attrattori a destinazione

a Vieste la quota di ospiti stranieri è pari al 17,6%, mentre a Polignano a Mare raggiunge il 51,8% (sempre con riferimento all'ultimo anno pre-pandemia). Un valore, questo, che non necessita commenti. Trattasi, tuttavia, ancora di un dato parziale, in quanto la valutazione completa deve prendere anche in esame la tipologia di clientela, l'apporto economico generato da ogni cliente, la sua capacità di generare racconto, etc.».

Vieste ha un paesaggio molto simile a quello del tratto di mare tra Polignano e Savelletri di Fasano, la costa delle Bandiere Blu. Ma tra queste tre località (Monopoli-Fasano e Polignano) la nostra, anche se è oggettivamente la più bella ed ha più BB degli altri, in realtà è una Cenerentola. Fare sistema con questi comuni fino a ieri è stato indicato come una soluzione. Lei invece ha sottolineato che Polignano e le sue strutture devono assumere una centralità maggiore rispetto al territorio e fare in modo che il turista soggiorni da noi e non sia solo di passaggio. Cambiamo rotta o la correggiamo a nostro vantaggio?

«Le mie indicazioni sono state chiare: serve passare dall'essere "attrattore" a diventare "destinazione", intendendo come tale la necessità di incrementare i soggiorni sul territorio e non solo i day user, che poco lasciano sul territorio in termini di benefici economici alla comunità. Questo assunto non si contrappone affatto alla necessità di fare rete con gli altri ambiti comunali, perché – soprattutto sui mercati esteri – è il brand Puglia che vale, ed al suo interno occorre essere in grado di proporsi con un'offerta ricca di opzioni. Poi, ovvio, diventa strategico stimolare gli Ospiti a soggiornare a Polignano a Mare».

Il fatto che Modugno sia nato a Polignano è sempre stato importante per noi, più che per lui. La statua di Mr Volare porta in paese tanta gente eppure non esiste nemmeno uno stanzino con qualche suo cimelio. Opportunità buttata alle ortiche?

«Domenico Modugno rappresenta, di certo, un'ulteriore opportunità di valorizzazione – anche turistica – per Polignano a Mare. Tuttavia il percorso da fare per trasformare il ricordo dell'artista in valore territoriale non è mai facile, perché è ovvio che occorre piena linearità con gli eredi. Di certo un lavoro di prospettiva in questo senso deve essere prodotto, e pensare ad uno "stanzino" può essere limitativo considerando che il "museo della memorabilia" nella sua tradizionale accezione sta perdendo interesse. Meglio pensare ad un percorso integrato con altri valori legati alla "music experience", con Modugno quale asset portante».

Nonostante abbiamo l'unico villaggio del neolitico a sud dell'Ofanto nessuno ha mai provveduto ad acquistare i terreni in cui è sepolto e a valorizzarlo. Servirebbe?

«Tutto serve per creare economia turistica, certo, ma non bisogna farsi prendere né coinvolgere dall'amore per le "proprie cose", tipico dei residenti. Con ciò intendo affermare che, quando si programma lo sviluppo turistico di un territorio – quindi anche di Polignano a Mare – serve definire con estrema chiarezza le priorità attuative. Il sito neolitico di Santa Barbara è quindi sì un valore, deve certamente essere valorizzato ed inserito in opzioni di visita. Nel Progetto Strategico 2022/2030 viene indicata la "strutturazione di offerte ed esperienze ancillari, che devono essere in grado di arricchire e valorizzare l'attuale offerta", che si traduce nella fase di programmazione di visite guidate "explorer Polignano", indicato tra gli interventi proposti, riferendosi anche al sito neolitico».

Mostrando un solo vaso della raccolta polignanese dispersa nel mondo abbiamo ottenuto migliaia di presenze ma poi tutto è finito nel dimenticatoio. Infatti siamo l'unico paese che non ha un vero museo, tolto quello di arte moderna dedicato a Pino Pascali e le sue opere.

«Non mi sembra poco: avere a Polignano a Mare l'unico Museo stabile di Arte Contemporanea presente in Puglia ritengo sia un valore enorme, ben oltre la presenza di musei ben più statici e senza valori distintivi come lo è, invece, il Museo Pino Pascali».

Polignano non investe in pubblicità per se stessa e la tassa di soggiorno è stata adoperata, sia pur in parte, persino per ripianare il bilancio comunale. Servizi ai turisti pochi e niente, parcheggi insufficienti e contesi aspramente tra residenti, turisti e visitatori occasionali di passaggio.

«Quando una destinazione turistica letteralmente "esplode", i fattori da migliorare sono sempre molti, perché anche i servizi di base non sono più a solo appannaggio dei residenti ma anche degli Ospiti. L'incremento dei "residenti temporanei" porta, soprattutto nei mesi di altissima stagione, a conflitti con i residenti che, spesso, affermano di vedersi espropriare spazi, luoghi, servizi. Occorre ottimizzare questa relazione perché, se da un lato l'implementazione dei servizi è necessaria, dall'altro i residenti non devono assolutamente farsi aggredire dallo spirito antituristico ma, al contrario, valutare che gli Ospiti portano benefici a tutti, direttamente e indirettamente. Il Progetto Strategico 2022/2030 indica quali passi seguire anche su queste delicate tematiche».

Si può fare turismo con gente che viene in paese solo per un gelato e non vuole nemmeno pagare il parcheggio? Come si fa a tenersi i veri turisti e scoraggiare i "visitatori"?

«Prima di tutto non si può negare a nessuno di venire a Polignano a Mare, neppure ai "visitatori". Certo, si possono e si devono attuare – e sono ampiamente delineate nel Progetto Strategico 2022/2023 – delle politiche in grado di direzionarsi verso la conquista di turisti: questo perché è palese che il mordi e fuggi classico dei day user genera traffico, confusione, spesso sporcizia, lasciando poco o nulla all'economia locale. Tuttavia è altresì utile ricordare che Polignano a Mare è una località con un elevato indice di appeal, e questo significa essere Destinazione fortemente desiderata: in sostanza, le persone aspirano a visitare Polignano a Mare. Non sempre per soggiornarvi, anche solo di transito per la classica fotografia di rito. Dal mio punto di vista, riaffermo ad esempio l'esigenza di un ampliamento della Zona Traffico Limitato, ben sapendo che vi continueranno ad esservi oppositori per il solo fatto di non poter parcheggiare l'auto sotto casa o per la convinzione – mal posta – che gli Ospiti non verranno più a Polignano a Mare se non hanno l'opportunità di giungere in centro con la propria auto. Al contrario, nessun Ospite si lamenterà mai di aver camminato 5 minuti per raggiungere la ZTL se poi lì vi troverà una situazione piacevole e potrà davvero vivere un'esperienza di benessere personale, diversa da quella che ognuno di noi vive quotidianamente: traffico, auto, spazi contingentati, etc.».

Nei dati che ha presentato solo l'1% dei titolari di strutture ricettive promuove il territorio. Praticamente gli altri colleghi sono braccia strappate all'agricoltura o c'è speranza di recuperarli?

«Non sarei così drastico: è vero, c'è moltissimo da fare in accordo/raccordo con gli operatori della filiera turistica, perché non può essere solo dell'1,8% la quota di coloro che comprendono il valore del territorio e lo sanno comunicare. C'è da migliorare questo aspetto come tanti altri, sia in ambito pubblico come in ambito privato, pensando sempre a Polignano a Mare come una Destinazione che vive e convive con la Puglia. Gli operatori hanno compreso l'importanza del loro ruolo anche nella relazione con il mercato e con gli Ospiti: infatti, nell'ultimo periodo hanno organizzato incontri e seminari, e sono ben consapevoli che si tratta solo di una prima fase sulla quale insistere. Soprattutto sono consapevoli che dalla loro capacità di accogliere, garantire qualità, offrire servizi, etc. dipende il futuro delle loro imprese. Ho piena fiducia in loro».

Non abbiamo nemmeno un palazzetto dello sport in paese e nemmeno una scuola di vela. A Lignano Sabbiadoro il Bella Italia Village oltre a una mega piscina olimpionica ha un palazzetto spettacolare e altre strutture analoghe. Solo l'infermeria del Village è più grande del posto di primo intervento che ci hanno pure chiuso. Si può fare turismo quando non ce n'è nemmeno per i residenti?

«Torno a dire: attenzione alle comparazioni (Lignano Sabbiadoro ha segnato nel 2019 ben 3.495.081 presenze turistiche), anche perché la quantità dei servizi cresce in maniera parallela all'incremento delle presenze turistiche. Tuttavia è chiaro che Polignano a Mare non può non avere un punto di primo intervento sanitario, che rappresenta per gli Ospiti un fattore di sicurezza e tranquillità durante il soggiorno».

Lei sul finire dell'intervento ha esortato i privati a non aspettare che a muoversi sia la pubblica amministrazione. Li ha esortati anche ad agire in prima persona e direttamente. Questo è un discorso che il nostro Direttore spinge da parecchio tempo. Ecco: come può intervenire il privato e quali strumenti può chiedere alla Pubblica Amministrazione a sostegno delle sue iniziative?

«Nel mio intervento ho esortato gli operatori a farsi parte attiva nello sviluppo turistico della Destinazione, senza rimanere sempre in attesa che "altri" si occupino di promozione, valorizzazione, organizzazione, etc. Serve maggiore attivismo da parte di tutti gli operatori della filiera turistica, nessuno escluso. Non si tratta, tuttavia, di richiedere sostegno economico ad eventuali iniziative, perlomeno non solo questo. Serve, prima di tutto, co-partecipazione progettuale e creazione di contenuti, perché gli operatori sono a diretto e costante contatto con il mercato e, di conseguenza, hanno a disposizione informazioni, richieste, esigenze in tempo reale. Serve, poi, il loro affiancamento nell'ampliare la diffusione di messaggi, notizie ed informazioni relative alle opportunità che il territorio offre, agli eventi, alle novità, etc. Ma serve, soprattutto, vedere nella relazione con l'Amministrazione Pubblica un'opportunità per crescere insieme, come territorio e come economia, e con essa condividere progetti ed iniziative, anche fungendo da stimolo per la stessa Amministrazione».

Michele Oggiano