IL TURISMO DEL FUTURO

IL DIBATTITO
SI È TENUTO IERI ALLA CLASSENSE. UN LABORATORIO DI IDEE DURANTE IL QUALE NON SONO MANCATE LE CRITICHE

CONFINDUSTRIA CASALEGNO

«Darsena, nuova sfida»

GIANLUIGI Casalegno, presidente del gruppo Turismo e Comunicazione di Confindustria, quali sono le occasioni da cogliere?

«Facciamo delle cordate ma trasformiamo la città. La candidatura a capitale europea è un'occasione imperdibile, così come lo straordinario successo del turismo crocieristico.
Nessuno qualche anno fa credeva nelle crociere, così come oggi nessuno crede nel potenziale sviluppo della Darsena dove potrebbe nascere una meravigliosa cittadella della nautica.
Non perdiamo tempo a criticarci l'un l'altro, investiamo sulle ricchezza di Ravenna».

FEDERALBERGHI SCIALTA

«Sfruttiamo le colonie»

NICOLA Scialta, presidente di Federalberghi Confcommercio, come si può rilanciare il turismo ravennate?

«Un'idea per rilanciare il turismo potrebbe essere quella di sfruttare le colonie, che sono già sul mare, per creare bellissime strutture. Mi spiace invece per la chiusura totale che ho sentito da parte del Comune sulla questione dello svincolo alberghiero. Lo svincolo infatti non dovrebbe avvenire senza regole, ma occorre confrontarsi perché ci sono strutture che davvero non hanno ragione di esistere. Tassa di soggiorno? Siamo contrari. Già siamo preoccupati del fatto che l'iva potrebbe salire dal 10 al 12 per cento: e questo è un costo per il turista!».

CONFESERCENTI DONATI

«Toc, è ancora basso»

FILIPPO Donati, presidente nazionale di Assohotel – Confesercenti, su cosa si deve puntare per il futuro?

«Spero che sulla questione dello svincolo alberghiero l'assessore ci ripensi, mentre spero che sulla tassa di soggiorno l'argomento sia chiuso.
Se gli albergatori avessero avuto la possibilità di aumentare i prezzi delle camere, anche solo di un euro, lo avrebbero già fatto. Più che di presenze, bisognerebbe parlare di Toc, tasso di occupazione camere, che nel 2009 era pari al 42-44 per cento, contro il 42,89 per cento del 2005. Siamo molto sotto i numeri per parlare di business plan».

«Diventiamo protagonisti in Romagna»

di ROBERTA BEZZI

RIPARTIRE di slancio, giocandosi la carta dell'innovazione e del sostegno reciproco. Queste le basi comuni su cui improntare il futuro del turismo ravennate, secondo quanto emerso dal confronto fra amministrazione e operatori di settore, nel corso della terza conferenza comunale sul turismo Futuristica, che si è tenuta ieri pomeriggio alla Sala Muratori della Biblioteca Classense. Un laboratorio di idee in cui non sono mancate le critiche. A cominciare da quella del sindaco Fabrizio Matteucci che, in apertura, ha tenuto subito a sottolineare l'importanza di una buona comunicazione. «Siamo certi che sappiamo e vogliamo trasmettere una giusta immagine della città? Purtroppo, spesso siamo inadeguati perché facciamo prevalere altri interessi. È vero che la stagione estiva è stata molto aiutata dall'ottimo clima di agosto e settembre, ma è vero anche che malgrado la crisi la nostra offerta turistica non è un cadavere. Ora è arrivato il momento di puntare sull'innovazione tenendo conto del fatto che, se si vuol far crescere il Pil locale legato al turismo, è necessario attirare investitori esterni».

A SEGUIRE l'intervento del presidente della Provincia, Claudio Casadio, secondo cui «riflettere sui report riguardanti i dati mensili non basta, in quanto è necessaria una visione di settore in un mondo che cambia di continuo». Questo il motivo per cui sollecita scelte in tempi brevi, soprattutto in termini di servizi pubblici per consentire ai turisti di muoversi più facilmente, punto su cui «non si è riusciti finora a fare grandi passi». I dati sul turismo relativi al 2011 sono stati presentati dall'assessore Andrea Corsini. Fino allo scorso settembre, si è registrato un aumento del 3 % delle presenza (pari a 2 milioni 700 mila), per cui ci si aspetta di chiudere l'anno a quota tre milioni. I turisti stranieri sono aumentati del 18,8 % in città e del 10,58 % nei lidi. «Superati gli inutili campanilismi, i tempi sono maturi per un salto di qualità, ossia per far sì che Ravenna diventi protagonista di un nuovo sistema turistico che copra la zona costiera fino a Rimini — ha aggiunto —. La positiva esperienza del treno della costa sarà riproposta anche l'estate prossima. Stiamo lavorando a un progetto di internazionalizzazione sul mercato tedesco e belga ed è assolutamente necessario collegare gli aeroporti di Bologna e Rimini a Ravenna e Cervia».

HA PARLATO anche di tassa di soggiorno, definita una 'arlecchinata', da adottare solo come extrema ratio per promuovere la qualità turistica, dopo aver valutato però i dati sul bilancio e sulle risorse che il governo trasferirà. In tema di riqualificazione delle strutture del territorio, in particolare stabilimenti balneari, il Comune sta poi ragionando sulla variante al sistema ricettivo, al fine di rivedere le superfici utili e di correggere norme che consentano di fare investimenti con meno vincoli urbanistici. «Non può esserci svincolo fine a se stesso per attirare nuovi investitori», ha ribadito.

UN TEMA caldo quello del demanio che ha sollevato qualche contrasto. Maurizio Rustignoli, presidente della Cooperativa Spiagge Ravenna, ha detto che i titolari degli stabilimenti balneari sperano che la titolarità del demanio arrivi presto nelle mani della Regione. «Gli unici stabilimenti balneari a investire — ha ricordato — sono quelli di Lido Adriano, costruiti su terreno privato. Per dare un futuro certo è arrivato il momento di spostare in avanti la linea demaniale». Secca la replica dell'assessore regionale al Turismo Maurizio Melucci. «Francamente non credo che alienare una parte dell'arenile faccia davvero il vostro interesse — ha affermato —. Questo infatti aprirebbe aste pure su chi offre di più, con inevitabili speculazioni».

L'INDAGINE PERCHÉ ITALIANI E STRANIERI SCELGONO IL NOSTRO MARE

«La forza della Riviera? È la fedeltà»

MASSIMO Ferruzzi, di Jfc Tourism & Management ha illustrato i risultati di una ricerca intitolata 'L'estate 2011 degli italiani e dei tedeschi. Vacanze al mare: come e perché'. La terza parte dello studio ha preso in considerazione il tasso di fedeltà degli italiani alla riviera Adriatica dell'Emilia Romagna, che è pari al 57 % (su un campione di 677 italiani). I primi tre motivi di scelta della riviera sono: i costi bassi, il fascino e la bellezza delle località, l'ospitalità e cordialità. In gran parte arrivano con mezzi proprio, utilizzando auto e moto. Cosa vorrebbero trovare di più? Il 15 % ha risposto nulla, il 10 un mare più pulito, il 9,4 % maggiore economicità. Chi decide di non tornare in riviera, è perché la giudica una destinazione troppo caotica (17%). I consigli? Valorizzare gli elementi di relax, fare forza sul rapporto relazionale (cordialità), mantenere prezzi competitivi.