

Turismo, servono più dati e più idee. Mai censite le strutture extralberghiere, difficile capire i flussi dei visitatori

PESCARA Circa 850 alberghi e residence, 400 tra camping e villaggi turistici. Questa la mappa della ricettività in Abruzzo, tracciata da Federalberghi, tra mare, montagna, borghi e centri d'interesse enogastronomico.

I più richiesti sono gli alberghi a tre stelle e i campeggi, alla portata del turista medio. Ma spesso i campeggi sono piccoli, troppo piccoli, e gli alberghi pochi nelle località più ricercate dai visitatori. Pescara è stata la meta preferita, soprattutto nei giorni clou di ferragosto. E lì si è palesata l'insufficienza delle sue strutture di accoglienza. Basta raccontare l'avventura capitata ad un nostro lettore, arrivato lo scorso week end nel capoluogo adriatico da Lecce per lavoro: «Cercavo una matrimoniale in centro a Pescara, ma il giorno prima della partenza ho trovato tutto pieno in quattro alberghi della città e dell'hinterland». Il pienone di turisti era ben visibile passeggiando sul lungomare: italiani, da Milano e Napoli, dal Trevigiano a Roma, o inglesi e tedeschi, la città di d'Annunzio è stata un brulicare di vacanzieri nelle due settimane di relax appena terminate, quelle da bollino rosso anche per i prezzi.

Sfugge allo screening ufficiale il mondo, in espansione, degli agriturismi e dei b&b, per il quale manca ormai da troppo una radiografia veritiera. Ma la nostra regione ha una spina dorsale bella tosta per affrontare le sfide del mercato del turismo. Strutture che rispondono numericamente alla domanda crescente degli ultimi trent'anni (tranne che, come si è visto, a Pescara e in altri centri di particolare richiamo): i posti letto ci sono, i servizi e la qualità pure. Cosa manca? Un lavoro di squadra, una sinergia che renda la "squadra" abruzzese forte e competitiva.

Nonostante il calo delle presenze nella stagione estiva che sta per terminare sia stato forte (50% in meno rispetto allo scorso anno, pesa il maltempo che penalizza il turismo balneare), infatti, la "casa" del turismo tiene, ha ormai fondamenta solide e radicate. Chi sceglie di passare le vacanze dalle nostre parti è attratto da prezzi complessivamente competitivi e dalla possibilità di unire in un'unica vacanza più esperienze. «E' recente il riconoscimento arrivato da Trivago, sito web conosciuto nel mondo per le prenotazioni alberghiere, che ha messo l'Abruzzo al primo posto in Italia per il rapporto qualità-prezzo. Questa è la chiave che ci permette di competere anche in questi tempi di crisi», dichiara il presidente regionale di Federalberghi, Giammarco Giovannelli. Lo stesso numero uno degli albergatori ritiene però urgenti alcuni interventi: «Bisogna censire le strutture extralberghiere per avere un monitoraggio reale dei flussi anche in queste strutture e avere dati ufficiali, e per capire bene quali siano le aree a maggiore vocazione turistica», afferma.

Non solo: «Dobbiamo arrivare ad offrire i club di prodotto, ovvero offerte mirate in base all'esperienza che il turista preferisce vivere in vacanza. Ad esempio, proporre vacanze per gli amanti dello sport, della natura, dell'enogastronomia o della storia. E dobbiamo anche diventare una regione centrale per i convention bureau, ovvero catalizzare l'utenza dei grandi eventi, dei raduni di professionisti e di iniziative selezionate. Siamo in una posizione strategica al centro dell'Italia che ci permetterebbe di diventare un punto di riferimento».