

«L'Abruzzo si vende bene peccato per i collegamenti». Gli operatori di mercato puntano sui «pacchetti natura», borghi, enogastronomia. «Abbiamo tutto ma servono nuove idee. E su treni e aerei si decide senza sapere»

TORTORETO L'Abruzzo vero, quello dalle radici solide e dai gusti autentici, rappresenta la meta ideale per i turisti italiani e stranieri che amano la vacanza a stretto contatto con la natura. E' un Abruzzo che, stando a quanto dicono gli operatori di settore, si vende senza troppe difficoltà, ma viene penalizzato dalla scarsità dei collegamenti, sia aerei che su rotaia. È questa la cartolina dedicata al turismo natura che esce da Ecotur, la manifestazione presieduta da Enzo Giammarino, giunta quest'anno alla 26ª edizione. Un appuntamento che venerdì e sabato scorsi ha visto arrivare a Tortoreto più di 50 tour operator da dodici Paesi europei e molti anche dall'Italia. Un ambiente cosmopolita ha ospitato gli incontri "business to business" con al centro dell'attenzione destinazioni natura di mare e montagna, parchi, borghi e cultura, enogastronomia e sport. Ma che cosa si "vende" dell'Abruzzo all'estero? Lo abbiamo chiesto agli operatori turistici che hanno partecipato ad Ecotur. «Non c'è un limite a ciò che proponiamo e che ci viene richiesto», spiega Quinto Ippoliti, consulente commerciale di "I Viaggi by Pentatur" di Pescara, «la nostra regione offre tutto ciò che può piacere a un turista sotto il profilo naturalistico e dell'accoglienza. Per quanto riguarda le proposte concrete non inventiamo nulla, perché la natura è ciò che conta: quello che serve è sviluppare nuove idee e opportunità, bisogna uscire dal proprio orticello e pensare ad un turismo attuale, moderno. Bisogna fare filiera, sistema, se ne parla da tanti anni, ma è difficile applicare la lezione». Come si parla da tanto dell'inquinamento di fiumi e mare, eppure la situazione non migliora. «Non promuovo l'Abruzzo per il mare, ma per la globalità del territorio che offre», continua Ippoliti, «è finito il tempo in cui si puntava solo sul mare, oggi si propone la sua interezza». Dopo i tagli annunciati alle tratte aeree dall'aeroporto di Pescara, il nodo dei collegamenti preoccupa non poco il settore. «Si prendono decisioni in merito senza parlare con gli attori principali», afferma Ippoliti, «a volte apprendiamo di nuovi voli dopo che sono stati inseriti. Non si può fare turismo senza aerei e treni, e purtroppo andiamo indietro invece che avanti: i collegamenti durano breve tempo e non hanno programmazione, tanto che non riusciamo a fare un progetto turistico. Anche i mercati si evolvono, per questo faccio un elogio a Ecotur che malgrado tutto questo cambiamento nel settore turistico resiste, attrae nuove forze ed è dinamico come sempre». Per quanti riescono a raggiungerci, la vita all'aria aperta e le case di campagne sembrano essere le richieste principali. Tanto che gli operatori stranieri cercano abitazioni rurali in buone condizioni su tutto il territorio regionale. «Vogliono ville, country house, dimore storiche e anche castelli», spiega Silvia Lambertucci, direttore tecnico di Sic Vip Hospitality, «e noi come agenzia siamo alla ricerca di questo tipo di location in Abruzzo: ci interessano proprietà private che prendiamo in esclusiva per il mercato estero. Ne abbiamo una ad Ovindoli, ad esempio, ma ne servono diverse per far fronte alle esigenze del mercato estero. Cerchiamo soluzione anche per i matrimoni e lo facciamo in Abruzzo perché, come le Marche, ha prezzi più abbordabili rispetto alla costa Tirrenica». L'autenticità di una terra fuori dai grandi circuiti turistici piace e fa sperare in nuove opportunità di lavoro, come nel caso della cooperativa teramana di servizi turistici "Virate", rappresentata ad Ecotur da Marina De Carolis e Costantino Di Marco. «Abbiamo visto che mancava qualcosa», spiegano i due imprenditori, «c'erano tante realtà piccole, ma di pregio isolate e scollegate tra loro, così le abbiamo raccolte e ora le proponiamo con successo. C'è molta attenzione alla qualità, alla ricerca del particolare, il turista cerca l'autenticità della nostra terra, vuole fare esperienze vere, non massificate. Il tour operator della Basilicata vuole un circuito guidato delle nostre abbazie romaniche, e quello spagnolo ci ha chiesto addirittura corsi di cucina tenuti dalle nonne abruzzesi».