

L'ABRUZZO DISERTA LA BIT DI MILANO "COSTA TROPPO E MANCA STRATEGIA"

7 Febbraio 2016



PESCARA – Lontani i tempi in cui alla Bit, la Borsa internazionale del turismo di Milano, sbarcavano in massa assessori, consiglieri, presidenti di Provincia e di Enti vari, con telecamere e inviati speciali al seguito, per trasferte segnate da pantagrueliche degustazioni sotto enormi stand, dalla distribuzione di quintalate di brochure e volantini. Quando l'allora presidente della Provincia dell'Aquila Stefania Pezzopane, ora senatrice del Partito democratico, portò a Milano il letto funerario in osso della necropoli di Fossa, e l'ex vice presidente della Regione, Enrico Paolini, magnificava davanti ai buyers stranieri il marchio "Qualità Abruzzo", escogitato dall'Apr, l'Agenzia regionale promozione turismo. Marchio di cui si sono ben presto perse le tracce, assieme all'Apr, oramai dismessa.

Anche quest'anno infatti, come oramai avviene da tre anni, l'Abruzzo snobberà l'evento milanese in programma dall'11 al 13 febbraio, a cui si sono già iscritti oltre 1.500 buyers, compresi molti tour operator cinesi e 2.000 realtà del settore provenienti da cento Paesi, e da quasi tutte le regioni italiane, per mettere in mostra i loro prodotti e servizi e le attrattive dei loro territori.

Per l'Abruzzo invece niente stand istituzionale dell'Ente Regione, e zero euro a bilancio.

Parteciperanno solo una manciata di operatori turistici, e il Comune di Campli (Teramo) pagando di tasca propria la trasferta. Non ci saranno, come presenza istituzionale, nemmeno le 13 Dmc, le Destination management company, i nuovi consorzi territoriali di tour operator, agenzie viaggi, istituzioni ed Enti locali. Ancora in fase di strutturazione interna e ben lungi da essere pienamente operativi con un pacchetto turistico completo e limato nei minimi dettagli da poter spendere nel mercato internazionale del turismo.

Contattato da *Abruzzoweb*, a tal proposito il presidente della Dmc Marsica Giovanni D'Amico, ex assessore regionale e ora nello staff del presidente della Regione Luciano D'Alfonso, spiega che il gioco non vale la candela, e altri sono gli eventi su cui conviene puntare.

Alfonso D'Alfonso, presidente della Dmc Gran Sasso d'Italia, L'Aquila e Terre Vestine, legge invece nell'assenza dell'Abruzzo un sintomo della mancanza di programmazione turistica da parte della Regione.

Sarcastico il responsabile regionale della Cna turismo, Cristiano Tomei, secondo il quale se non si risolve subito il problema dell'inquinamento del mare abruzzese, e se non si salva l'aeroporto d'Abruzzo, messo a rischio dall'addio della compagnia aerea low cost Ryanair, è inutile spendere soldi per aprire vetrine a Milano.

Il primo a mettere una croce sopra alla Bit nel 2011, è stato Mauro Di Dalmazio, ex assessore della giunta di centrodestra di Gianni Chiodi. Evento troppo costoso, spiegò, per le casse regionali, riferendosi allo stanziamento di ben 400 mila euro per la partecipazione alla Bit dell'anno precedente, e soprattutto senza un soddisfacente ritorno di immagine e soprattutto di contratti e prenotazioni.

La pensa più o meno allo stesso modo D'Amico, che quando Di Dalmazio era assessore, sedeva nei banchi dell'opposizione con il Partito democratico che accusava la maggioranza di aver rinunciato alla partecipazione alla Bit in quanto incapace di

una politica turistica ambiziosa e vincente.

“Le partecipazioni passate alla Bit non hanno portato grandi risultati – spiega ora D’Amico – e ritengo che sia saggio utilizzare le risicate risorse economiche destinate alla promozione turistica per altri eventi più mirati, come ad esempio la Fiera del turismo sostenibile di Milano, sotto il marchio Borghi autentici d’Italia, che si terrà a marzo”.

O anche per la prima edizione dell’Abruzzo open day di quest’estate, dove saranno i buyer e i turisti a venire in Abruzzo, come ospiti non paganti. Un’idea lanciata dal presidente D’Alfonso a settembre 2015 e definita come “un grande pugno allo stomaco sul piano della conoscibilità dell’Abruzzo”.

D’Amico sottolinea poi che i nuovi agenti della promozione turistica, le Dmc, non sono ancora pronte per proporsi ad una borsa internazionale del turismo.

“Siamo ancora nella fase di start up – spiega D’Amico – dell’aggregazione delle realtà consorziate intorno ad un pacchetto turistico integrato e competitivo”.

Insomma pur volendo a Milano non ci sarebbero ancora i pacchetti integrati da vendere, e le Dmc sono lungi dal trasformarsi in soggetti attuatori delle politiche turistiche.

Ed è quello che sottolinea Alfonso D’Alfonso, accusando però di questa lacuna la Regione.

“Le Dmc – spiega il responsabile della Dmc Gran Sasso – hanno come compito quello della messa a sistema di tutte le realtà territoriali che operano nel turismo, alle strategie promozionali ci deve pensare la Regione, è lei che deve individuare i mercati su cui puntare. E non mi pare che questo stia accadendo. Questa perdurante mancanza di governance ci preoccupa”.

Scorrendo il lungo elenco dei partecipanti all’edizione 2016 della Bit del resto si può constatare che altre Regioni sono direttamente presenti, come nel caso di Liguria, Umbria Campania, Sardegna, Friuli Venezia Giulia e ovviamente la Lombardia, o comunque ben rappresentate con decine e decine di operatori istituzioni ed enti locali.

A non avere dubbi sul fatto che alla Bit è meglio non andarci è invece Tomei, perché “il gioco non vale la candela se tutto deve ridursi ad una presenza defilata, senza cioè essere protagonisti con proposte forti e competitive”.

E soprattutto, si accalora Tomei, vanno prima risolti problemi gravissimi che mettono in forse la prossima stagione turistica.

“A Pescara siamo oramai in piena emergenza inquinamento, le ultime analisi dell’Arta sulle qualità delle acque lasciano poco adito a dubbi. E ci mancava pure l’annuncio da parte di Ryanair dell’abbandono dell’aeroporto d’Abruzzo, che avrà effetti molto pesanti in termini di presenze turistiche, soprattutto provenienti grazie ai voli low cost dal nord Europa”.

Non è insomma un problema di avere o meno una vetrina a Milano, ma della merce che l’Abruzzo è in grado di esporre.