

TURISMO IN ABRUZZO: C'È RIPRESA MA SI PUÒ FARE DI PIÙ. PRESENTATA A PESCARA INDAGINE ISNART

8 Novembre 2022



PESCARA – L'Abruzzo ha subito meno di altre aree del paese l'impatto della crisi pandemica, le sue aree interne sono state oggetto di nuova attenzione turistica. Dovremmo "capitalizzare" questo vantaggio. Lo stiamo facendo?

Secondo quanto emerge dall'indagine Isnart Istituto nazionale di statistica commissionata dalla Camera di Commercio Chieti Pescara non stiamo facendo abbastanza.

Dopo le due ondate di crisi globale il sistema turistico italiano ha avviato una fase di ripresa con un incremento medio annuo di oltre il 3%. In Abruzzo la ripresa è stata tardiva e la crescita media annua nel quinquennio è stata piuttosto blanda.

È dura (quasi) per tutti, è vero. I centri urbani e le aree montane hanno subito le perdite più consistenti mentre le località collinari hanno ampliato la loro quota di quindici punti percentuali rispetto a dieci anni prima (per quanto il loro peso sia ancora piuttosto basso, 4% del totale).

In Abruzzo, dopo un lungo periodo di arretramento, nel biennio 2017- 2019 i tre principali mercati tradizionali appaiono in fase di ripresa ma stanno (in parte) emergendo nuovi mercati come la Toscana, il Trentino, l'Emilia Romagna e la Puglia. La progressiva ibridazione dei contenuti della vacanza interessa anche le destinazioni abruzzesi che sono particolarmente apprezzate per cortesia ed ospitalità della gente; qualità del mangiare e del bere; ristorazione.

In merito all'identikit del turista abruzzese, risulta essere un abitudinario, prevedibile, con una spiccata propensione a costruirsi la vacanza in modo autonomo e diretto, poco influenzata dai social e, per questo ne fa un soggetto difficilmente "controllabile" da parte delle imprese e di chi fa promozione.

Gennaro Strever, presidente Camera di Commercio Chieti Pescara ha spiegato quanto segue.

"L'ente ha voluto commissionare una indagine per valutare l'andamento del turismo in Abruzzo in fase post pandemica. L'obiettivo è scattare una istantanea della situazione attuale per riorientare le proprie strategie. Emerge la figura di un

turista difficile da prendere perché influenzato più dal passa parola che dalla pubblicità su internet e fortemente abitudinario. Un turista, prevalentemente, abruzzese che visita il suo Abruzzo, o straniero. Una volta arrivato, però, resta completamente catturato dalla nostra regione. Questo risultato ci indica la rotta da seguire: investire nel turismo è sicuramente una scelta strategica corretta per il nostro territorio ma è evidente che occorre fare qualcosa in più o diversamente. Come Camera di commercio Chieti Pescara cerchiamo di definire le nostre strategie grazie ad un approfondimento statistico costante perché riteniamo che i dati siano le migliori coordinate per tracciare la rotta da seguire”.

Roberto Di Vincenzo, presidente Isnart ha aggiunto: “Il turismo in Abruzzo sta cambiando e il Covid ha fatto da acceleratore di tendenze preesistenti, rivolte alla conoscenza dei territori, degli usi locali, allo sviluppo di una domanda di turismo esperienziale. Un fenomeno che ci ha trovati impreparati perché queste aree sono sguarnite da servizi utili al cittadino così come al turista. Inoltre anche perché veniamo da un decennio di quasi totale assenza dell’Abruzzo dal circuito turistico. Di qui l’urgenza di lavorare, attraverso i dati, sulla conoscenza dei nuovi turismi e sulla costruzione di servizi integrati in una logica di destinazione. Principalmente, però, dobbiamo affrontare e superare la frammentazione che ci caratterizza, muovendoci nella logica seguita dalla Camera di commercio Chieti Pescara e da tutti gli attori territoriali nello sviluppo della destinazione Costa dei Trabocchi”.