

«Le decisioni d'insieme determinanti per il turismo»

IL REPORT

Sarà presentato oggi nel complesso San Vittorino, a partire dalle 15, il secondo studio realizzato dal centro studio Confindustria Benevento, in collaborazione con l'università telematica Giustino Fortunato e incentrato sul turismo, dal titolo «Il Sannio: da territorio a destinazione».

«La competitività di una destinazione è basata - si legge nello studio - su fattori che la destinazione ha a disposizione e su «vantaggi» competitivi, ovvero legati alla capacità degli attori del territorio di valorizzare le risorse esistenti o di creare risorse in un'ottica di lungo periodo. Sotto il profilo dell'accessibilità la città di Benevento pur essendo vicina all'aeroporto internazionale di Napoli (con 8,5 milioni di passeggeri/anno), presenta collegamenti assolutamente inadeguati. I collegamenti con autobus possono essere un veicolo interessante, ma denotano linee private e indipendenti difficili da ve-

rificare. «L'ospitalità» e «l'accoglienza» risultano fattori chiave per lo sviluppo del turismo. La digitalizzazione ha stravolto il comparto turistico in quanto sono sempre più numerosi i turisti che non si avvalgono del viaggio organizzato e l'offerta digitale di servizi e di informazioni diventa elemento chiave nella scelta della destinazione. Le strutture ricettive in provincia di Benevento risultano essere 631 (Booking.com e altri motori di ricerca) di cui: 211 nell'Hinterland Beneventano; 171 nell'Area della Valle Telesina; 130 nell'Alto Sannio; 65 in quella dell'Alto Fortore; 54 in quella Caudina. Sul fronte «sicurezza», Benevento risulta la città più sicura rispetto alle altre province campane. Dei reati

OGGI LA PRESENTAZIONE DELLO STUDIO DI CONFINDUSTRIA LIVERINI: «OCCORRONO COMPETENZE MIRATE PER L'OSPITALITÀ»

denunciati solo il 2,5% è avvenuto nel Sannio. Dall'indagine delle recensioni su Internet appare chiaro che l'Arco di Traiano è considerato come immagine simbolo di Benevento. «In merito alla pianificazione strategica e destination management - prosegue lo studio -, dall'analisi dei documenti degli ultimi 10 anni emerge una forte debolezza di pensiero strategico sul territorio e una vocazione turistica del Sannio «inespressa»».

«Il Sannio vanta un cospicuo patrimonio storico-culturale - spiega Filippo Liverini (nella foto), presidente di Confindustria Benevento - basti pensare alla Chiesa di Santa Sofia, patrimonio Unesco dal 2011 o all'arco di Traiano, arco romano simbolo della città di Benevento. È ingente anche la tradizione eno-gastronomica; ad esempio la provincia di Benevento ha il più alto valore del comparto Wine in Campania, senza dimenticare prodotti rinomati come il liquore Strega ed i relativi torrioni. Lo studio evidenzia che l'accessibilità non costituisce un punto di forza. La cultu-



ra dell'ospitalità va accresciuta e ampliata sviluppando nuove competenze e professionalità in ambito digitale in funzione dei nuovi fabbisogni della domanda».

«Il primo obiettivo che abbiamo cercato di raggiungere con lo studio che presenteremo - sottolinea Pasquale Lampugnale, presidente Piccola Industria di Confindustria e vice presidente con delega al Centro studi - è quello di offrire una identità turistica chiara e distintiva, fondamentale ai fini del riconoscimento da parte del turista di Benevento come destinazione. Per raggiungere questo obiettivo assume un ruolo fondamentale il destination management vale a dire l'insieme di decisioni finalizzate all'aumento dei flussi turistici di incoming. Pianificazione, organizzazione, comunicazione e marketing appaiono tutte funzioni determinanti per incidere sullo sviluppo del turismo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

