



L'economia, gli scenari Cultura e sapori: ecco il Sannio visto dai turisti

►Punti di forza e nodi nello studio di Confindustria e Unifortunato ►Il presidente Liverini: «Cresciamo solo se valorizziamo i nostri asset»

IL FOCUS

Antonio N. Colangelo

Un'identità da preservare, una competitività da incrementare, un territorio da rilanciare. Questi i punti cardine della ricerca «Il Sannio: da territorio a destinazione», realizzata dal Centro Studi Confindustria Benevento in collaborazione con l'università telematica Giustino Fortunato, e presentata ieri pomeriggio nell'auditorium San Vittorino. Un focus sul patrimonio storico, artistico, naturale ed enogastronomico sannita, impreziosito dall'autorevole parere dei relatori intervenuti nel corso del convegno, moderato dal giornalista Angelo Mellone. Presenti il presidente di Confindustria Filippo Liverini, il presidente di Piccola Industria Pasquale Lampugnale, il sindaco Clemente Mastella, il presidente della Provincia Antonio Di Maria, il rettore di Unifortunato Angelo Scala con i docenti di business management Flora Cortese e di storia economica Ennio De Simone, il presidente di Federterme Costanzo Jannotti Pecci, il responsabile della macroarea Sud di Ubi Banca Alberto Pedroli, il presidente della Scabec Antonio Bottiglieri, la vicepresidente di Federturismo Marina Lalli, il direttore dell'area archeologica del Teatro Romano Ferdinando Creta, il presidente della sezione turismo e tempo libero di Confindu-



Le statistiche

Il popolo del web promuove l'Arco di Traiano

Turismo in espansione, graduatoria degli attrattori turistici e analisi della competitività. I dati Istat 2017 presenti nel rapporto di Confindustria si riferiscono prevalentemente ai tre parametri citati sopra. A Benevento e provincia si registra un aumento del 35% di turisti stranieri e del 15% di visitatori italiani, ma un calo di posti letto (da 6.392 unità del 2016 a 5.971 del 2017). Per quanto riguarda il turismo storico-culturale, i siti

maggiormente recensiti sul web e che fungono da attrattori sono l'Arco di Traiano (considerato immagine simbolo della città), la Chiesa di Santa Sofia, il centro storico, la Villa Comunale e il Museo del Sannio. Sotto il profilo naturalistico, le migliori recensioni riguardano il Parco del Grassano, lo Zoo delle Maitine, Terme e Lago di Telese. Per quanto concerne il settore religioso, i siti più recensiti sono la Chiesa di

stria Fulvio De Toma, e l'ospite d'onore Alessandro Cecchi Paone, che da esperto di marketing del turismo ha concluso l'evento.

I RISULTATI

Lo studio si è posto l'obiettivo di pervenire alla definizione di un'identità chiara e distintiva del Sannio, tramite la lettura di dati relativi ai flussi turistici e l'analisi delle eccellenze e delle criticità, per individuare obiettivi e strategie per valorizzare il territorio. Il risultato del rapporto è inequivocabile: l'identità turistica del Sannio è culturale. Una tipologia che prevale su quelle di

Santa Sofia e il Duomo. Sotto il profilo enogastronomico, il comparto «Food and Wine» vale in provincia 63,4 milioni di euro, penultimo posto in regione. Per il comparto vitivinicolo, invece, il Sannio è al primo posto in Campania e al trentesimo in Italia. Benevento primeggia sul piano della sicurezza regionale: solo il 2.5% dei reati denunciati avvenuto nel Sannio.

an.co.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



SAN VITTORINO Gli interventi di Liverini (in alto) e Lampugnale

matrice religiosa, naturalistica, enogastronomica e sportiva, certificata dai numeri. Stando ai risultati del sondaggio su scala locale di Confindustria e dei dati nazionali rilevati dal Touring Club, il 37% degli intervistati ha visitato Benevento per motivi culturali, mentre l'81% sostiene che storia ed enogastronomia siano le principali attrazioni del territorio. Attestata la natura culturale dell'identità, l'accento è stato spostato sulla necessità di fare rete tra le istituzioni e sull'analisi della competitività del Sannio ai fini turistici, determinata da tre fattori principali: accessibilità, ospitalità e sicurezza. Dai primi due emergono le note dolenti, peraltro già note. Benevento continua a presentare collegamenti inadeguati, mentre sotto il profilo dell'ospitalità il calo del numero di strutture ricettive (dalle 646 del 2016 alle 615 del 2017 secondo i dati Istat) stona con l'aumento di visitatori che registra un +18.2%. Sul fronte sicurezza, invece, Benevento può sorridere: è più sicura rispetto alle altre province campane con solo il 2.5% di reati denunciati avvenuti in terra sannita.

LE RICETTE

«La valorizzazione del patrimonio storico, artistico e paesaggistico del Sannio, da realizzare tramite la condivisione di idee e progetti tra le istituzioni, deve essere il presupposto per farci registrare passi in avanti e deviare

parte del flusso turistico proveniente da Napoli verso le aree interne» dichiara Liverini. «La piena consapevolezza del potenziale di questo territorio è da considerare il punto di partenza del rilancio» suggerisce la Lalli. «Servono un documento strategico e azioni manageriali finalizzate all'incremento del turismo, e il nostro lavoro di ricerca può essere la base per un valido progetto di sviluppo» sostiene Lampugnale. «I collegamenti restano il punto debole del nostro territorio, e a mio avviso occorre estendere la capacità attrattiva anche ai mesi non estivi» è il punto di vista del sindaco Mastella. Infine Cecchi Paone. «Individuare la vocazione turistica del Sannio può essere un fattore determinante per assicurare prospettive alle nuove generazioni. Bisogna puntare sul marketing territoriale, ossia programmare lo sviluppo in maniera globale, senza lasciare l'iniziativa al singolo operatore, ed intercettare il nuovo flusso di turisti provenienti dall'Asia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LAMPUGNALE: «ORA UN DOCUMENTO STRATEGICO» PER CECCHI PAONE VANNO CORTEGGIATI I MERCATI ASIATICI