



Lecce e la sua provincia restano la meta più ambita della regione

VADRUCCI

«Una delle sfide più urgenti è quella della destagionalizzazione»

ALBERTO NUTRICATI

● La provincia di Lecce resta tra le mete turistiche più ambite dell'intera regione, ma tanto resta ancora da fare.

Il rapporto di Unioncamere Puglia sul turismo conferma la centralità del territorio salentino all'interno del sistema turistico regionale.

Le sole province di Bari e Lecce rappresentano il 60 per cento dell'offerta turistica regionale in termini di imprese e il 65 per cento in termini di addetti. Nello specifico, la provincia di Lecce conta il 23,8 per cento di imprese e il 23,8 per cento di addetti.

In riferimento alla composizione della filiera turistica, il 59,8 per cento riguarda il settore della ristorazione; il 17 l'alloggio; il 12,5 attività culturali e ricreative; il 5,3 trasporti; il 3,9 agenzie di viaggio e altri servizi; l'1,5 altro.

La pandemia ha avuto un effetto devastante. Per rendersene conto basta confrontare i dati registrati nel 2019 con quelli del 2020. In termini di

arrivi dal mondo, la provincia di Lecce ha registrato un calo del 35,5 per cento e addirittura un meno 70,9 di arrivi dall'Italia. In ogni caso, tra tutte le province, quella di Lecce si dimostra essere quella più specializzata in turismo internazionale.

Sulla questione interviene il presidente della Camera di Commercio di Lecce, **Mario Vadrucci**.

«Le cifre e l'analisi sul turismo, diffusi alla vigilia di una importante stagione, sono da leggere - commenta Vadrucci - con particolare attenzione. Da esse viene ribadita la fondamentale importanza del turismo per la Puglia e il Salento in particolare, visto che le cifre del comparto, che rappresenta il 5,6 per cento dell'intera filiera turistica nazionale, impegnano tutti gli addetti ai lavori, pubblici e privati, ad una riflessione nuova. Dopo le cifre dei due anni di pandemia, che hanno sconvolto il panorama turistico pugliese, confermato dal fatto che il 50 per cento degli operatori ha dichiarato che chiuderà in perdita anche quest'anno, bisogna puntare forte sugli investimenti promozionali, visto che le prenotazioni dei primi sei mesi dell'anno fanno segnare ancora coefficienti bassi di occupazione degli esercizi ricettivi. Né si può confidare ancora, come negli anni appena trascorsi, sui ricavi dei due mesi di luglio e agosto, collegati con il turismo bal-

neare».

Una delle sfide più urgenti da affrontare è proprio quella della destagionalizzazione.

«La destagionalizzazione - aggiunge Vadrucci - è ancora tutta da realizzare. Occorrono manifestazioni di richiamo, culturali ed economiche ma anche ambientali, vista l'importanza sempre crescente del turismo che privilegia la sostenibilità e la salvaguardia dell'ambiente. E poi incentivi per le imprese turistiche che hanno bisogno di rinnovare alberghi e ricettività alternative per renderle adeguate alle nuove esigenze, ma anche per i ristoranti e le attività collaterali, che andrebbero maggiormente controllate, come tutto il comparto. Confidiamo che la Regione possa riprendere pienamente la sua attività di sostegno e promozione dell'attività turistica, accanto alle imprese che sono chiamate ad un ulteriore sforzo per non vanificare i risultati lusinghieri raggiunti prima della pandemia. La Camera di Commercio di Lecce s'impegna per far sì che il Salento torni ad essere punto di riferimento nazionale nella filiera turistica italiana».

TURISMO
Lecce, insieme con la provincia, si confermano la meta più gettonata della regione

