

Cala il fatturato degli operatori malgrado aumentino i soggiorni

Estate mordi e fuggi

I dati della Cciaa: ora la meta si sceglie solo negli ultimi giorni

mento e una buona capacità di reazione ad esso - scrivono dalla Cciaa - Tutto in linea con i dati nazionali dell'osservatorio nazionale del turismo che ha registrato un +2,1% sul prodotto mare e un +3,3% per prenotazioni di camere in strutture ricettive». Insomma, non sarà un bicchiere totalmente vuoto quello del turismo in terra pontina, così come non si può tracciare a cuor legge-

L'ANALISI

Le imprese cambiano insieme alla domanda
Zottola: grande esempio di maturità

ro un bilancio positivo sulla stagione che si avvia alla chiusura. Quello che resta è comunque la consapevolezza che il vero sacrificio sta ne tentare di racchiudere tutta la provincia, da nord a sud, da Aprilia al Garigliano, in un unico «pacchetto» di offerte. Senza dover fare i conti, sempre, con l'ampollosa burocrazia imposta da una infinità di enti (spesso inutili) convinti di avere in sé l'antidoto a d ogni tipo di male. Una tesi cui Zottola non sembra discostarsi molto. «Molte imprese stanno già lavorando con noi - ha chiuso il presidente della Camera di Commercio - ma il nostro obiettivo è che tutto il tessuto imprenditoriale intraprenda una strada comune per perseguire obiettivi di sistema, combattendo il metodo individualistico e polemico che ancora oggi continua a mettere in pericolo lo sviluppo della nostra economia».

Valerio Sordilli



Una veduta del porto di Gaeta. A lato, il presidente della Cciaa di Latina, Vincenzo Zottola

L'ESTATE 2011 in provincia di Latina è un convoglio a due velocità. Perché mentre da una parte cresce la capacità di occupazione ricettiva nei primi sei mesi dell'anno rispetto allo stesso periodo del 2010, dall'altra il fatturato medio degli operatori turistici fa registrare un segno meno per niente incoraggiante. Un paradosso solo apparente che è possibile tradurre invece con una equazione semplicissima: in terra pontina si soggiorna di più, ma di denaro ne circola meno, molto meno. Effetto delle vacanze «mordi e fuggi», che da queste parti sembrano andare per la maggiore. Come confermano i dati elaborati dal centro studi sul turismo della Camera di Commercio di Latina e diffusi ieri, alla vigilia del punto più alto della stagione: il Ferragosto. «In linea con il quadro nazionale - spiegano dalla Cciaa - cambiano infatti le abitudini dei turisti che

scelgono soggiorni più brevi e ripetitivi in una stessa destinazione o in diverse destinazioni». Vacanze ridotte all'osso e all'insegna del risparmio, insomma, ma pur sempre vacanze. Del resto, con la «crisi generalizzata del mercato» (per dirla con Camera di Commercio) che ha colpito il settore del turismo nel suo complesso,

non è che ci si possa permettere granché. Per di più la scarsa liquidità a disposizione non consente neanche di programmare con largo anticipo le proprie vacanze. Così la formula del «prenota prima» che in passato ha

fatto le fortune di operatori e turisti parsimonioni, oggi è finita per diventare un lusso accessibile soltanto a pochissimi eletti. Ne segue che «in questo territorio - spiegano dalla Cciaa - circa un 50% dei turisti sceglie la sua

meta definendo la propria vacanza in modo programmatico dai 90 ai 60 giorni prima, mentre l'altra metà prenota in last minute dai 15 ad 1 giorno prima». Tradotto, la nuova filosofia del turista-tipo pontino può riassumersi in questa teoria: quello che trovo, prendo. Chiaro allora che al cambiamento della domanda segua una fisiologica mutazione dell'offerta. Il che secondo l'ente

camerale dimostra quanto, nonostante la crisi, la tempra degli operatori turistici del territorio pontino sia pressoché intatta. «Le imprese della nostra provincia - ha pontificato il presidente della Camera di Commercio di Latina, Vincenzo Zottola - stanno dimostrando maturità e voglia di far ridiventare questa area una importante destinazione turistica. Finalmente si guarda ai veri indi-

catori di risultato e noi vogliamo sostenere questa politica attuata delle reali esigenze del tessuto produttivo. Le imprese devono progettare il loro futuro ed essere propositive per avviare questa nuova fase che le vedrà protagoniste». E in effetti, dai dati in possesso dell'ente camerale emerge chiaro come «le imprese turistiche stanno dimostrando una nuova attenzione al cambia-

