

AUMENTANO GLI ARRIVI MA CAMBIANO LE ABITUDINI

Le imprese del turismo della provincia di Latina stanno dimostrando piena reattività alla crisi generalizzata del mercato. Le rilevazioni di performance del Centro Studi sul Turismo della Camera di Commercio di Latina evidenziano un trend positivo nei primi sei mesi dell'anno registrando mediamente un aumento del +3% sulla percentuale di occupazione ricettiva. Questo non si può dire invece per ciò che concerne il fatturato che, da rilevazioni percettive, ha una



Vincenzo Zottola

15 ad 1 giorno prima.

Le imprese turistiche stanno dimostrando una nuova attenzione al cambiamento e una buona capacità di reazione ad esso. 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.

L'approccio per segmento di prodotto che le imprese stanno adottando con il Centro studi sul turismo e il Tavolo Tecnico delle Imprese del Turismo Integrato sta dando nuova forza al sistema turistico.

"Le imprese della nostra provincia - ha dichiarato 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 indicatori di risultato e noi vogliamo sostenere questa politica attuativa 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". Le imprese appartenenti a tutti i settori turistici hanno programmato per settembre con il Centro Studi sul Turismo i primi incontri finalizzati alla costruzione di una strategia di sviluppo condivisa. Grande attenzione è inoltre sempre più rivolta a rilanciare il turismo internazionale: arrivano già le

tendenza al ribasso.

In linea con il quadro nazionale cambiano infatti le abitudini dei turisti che scelgono soggiorni più brevi e ripetitivi in una stessa destinazione o in diverse destinazioni. Dai dati rilevati attraverso l'IDV- indice di programmazione vacanze, in questo territorio 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

prime due conferme. Il Buy Lazio che si svolgerà a settembre a Frosinone dove si sono iscritte più di 30 imprese della provincia di Latina riconoscendosi nel prodotto turistico Terra Imperiale e le iniziative di internazionalizzazione avviate per aggredire in modo mirato le aree di Russia, Germania e Norvegia.

"I numeri ci danno ragione - prosegue il Presidente Zottola - e molte imprese stanno già lavorando con noi, 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. Siamo certi che tutti si uniranno al percorso che, grazie anche al sostegno della Regione Lazio, la Camera di Commercio ha avviato con grande convinzione con il primo Congresso delle Imprese del Turismo Integrato dello scorso dicembre. Tale percorso regionale si è concretizzato con la creazione di un Tavolo Tecnico delle Imprese sul Turismo Integrato a livello regionale presso Unioncamere Lazio, vedendo le Camere di Commercio e le associazioni di categoria unite con unici obiettivi comuni".

Molto interessanti risulteranno in tal senso i dati consuntivi pronti ad ottobre sugli effetti della promo-commercializzazione, sul ruolo di internet e dei social network, oltre all'analisi di performance dei prodotti turistici e del sistema aggregativo tra imprese turistiche.