

LA PROMOZIONE

Il manifesto per lo sviluppo del turismo Parte da Bari il rilancio del Mezzogiorno

A conclusione del Forum, individuata la figura del Manager come punto d'incontro tra pubblico e privato. Redatto un decalogo da sottoporre ai vertici della Regione Puglia e al rappresentanti del ministero

MARA CHIARELLI

BARI

C'è una figura, o meglio potrebbe esserci, indispensabile, un filtro tra pubblico e privato che metta insieme proposte e progetti per un turismo di qualità nel sud Italia. È il "Destination Manager", un soggetto incaricato di coordinare attori pubblici e privati per uno sviluppo equilibrato e sostenibile del turismo e dei territori. L'idea è stata lanciata ieri a Bari durante il Forum del Turismo, organizzato da Manageritalia Puglia, Calabria, Basilicata negli spazi della Fiera del Levante.

Il manifesto per lo sviluppo

"Destination Management domani" si è chiuso con la redazione di un vero e proprio manifesto in dieci punti programmatici per lo sviluppo e gestione del turismo nel Meridione, da consegnare ai vertici della Regione Puglia e ai rappresentanti del Ministero del Turismo. Condiviso e sottoscritto da istituzioni, imprese e organizzazioni turistiche, prende in esame tutte le implicazioni di un turismo da far crescere e gestire al meglio.



L'intento del Forum era quello di mettere a regime un settore delicato come quello del turismo al Meridione

I punti

Si va dalla formazione dei giovani e quella continua del personale turistico, con particolare attenzione a quella manageriale e specialistica, in linea con servizi turistici e culturali, alla valorizzazione di identità e specificità dei luoghi. Di particolare importanza, soprattutto nelle regioni del

Sud, la necessità di sviluppare infrastrutture e servizi per il trasporto locale e collegamenti nazionali ed internazionali pensati nel segno di una mobilità sempre più sostenibile. E ancora: coinvolgere le comunità locali nella gestione delle destinazioni, costruire destinazioni innovative, rispondenti alle nuove tendenze

del mercato, sviluppare una strategia per migliorare la qualità dell'esperienza del visitatore.

Il manager del turismo

Al centro di tutto deve esserci la figura del Destination Manager della governance turistica, soggetto incaricato di coordinare attori pubblici e privati per uno svilup-

po equilibrato e sostenibile del turismo e dei territori. «Il turismo non si può fare da soli - spiega Domenico Fortunato, Presidente di Manageritalia Puglia, Calabria, Basilicata - perché è il risultato della sinergia di turisti, imprese e istituzioni che devono saper dialogare e fare rete».

Il primo punto riguarda la formazione dei giovani e quella continua del personale

Le camere di commercio

«Possono essere il punto di partenza che assume la governance, la guida e mettono in sinergia i progetti di Destination management dei vari territori che devono decidere in autonomia la natura del loro progetto di Destination management, evitando così logiche calate dall'alto ma frutto dell'espressione dei territori», spiega Francesco Caizzi di quella barese. «Il management e la gestione manageriale hanno un ruolo fondamentale nello sviluppo del turismo, partiamo da qui. Il tanto contestato overtourism è un problema solo se non lo si gestisce, se governato secondo logiche manageriali diventa un'opportunità per imprese, operatori ed esercizi commerciali», conclude Michela Somma, Presidente della Camera di Commercio di Basilicata.

