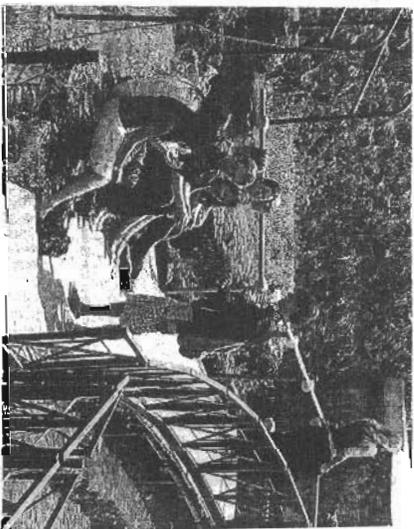


La crisi del turismo

«Per rilanciare l'industria delle vacanze bisogna programmare e promuovere»

«Ci vogliono cultura dell'accoglienza e spot incisivi su eventi e siti»

Tutti d'accordo imprenditori, politici, tour operator e agenti di viaggio che puntano l'indice contro la Regione: «Senza bilancio non ci sono ancora risorse e siamo già in grave ritardo. E il guaio, come spesso accade, è che poi si farà tutto in fretta e male»



TORRISI (FEDERALBERGHI)
Un bando di circa 60 milioni sarà determinante per il settore

La Provincia ospita le convention degli agenti di viaggio



BEVACQUA (TOUR OPERATORI)



SCALIA (ASSESSORE)
Un delitto lasciarci senza risorse né campagne pubblicitarie

Presto punto accoglienza dell'aeroporto per dare "vestite a Catania"



Quel che manca per rilanciare il turismo in questa città è nell'isola e la programmazione. E su questo punto sono tutti d'accordo, imprenditori, politici, tour operator e agenti di viaggio. «La Regione è in ritardo, non ha ancora approvato il bilancio, per cui non si sa quanto sarà destinato alla promozione turistica», dice il dott. Nico Torrisi, presidente di Federalberghi per il Mezzogiorno. «Va da sé che costi non si può programmare. Quando i soldi arriveranno sarà troppo tardi e la fretta, si sa, è cattiva consigliere. Per cui ci sarà il rischio concreto che vengano spesi male. Esiste però un bando di circa 60 milioni di euro, e su questo si deve lavorare perché sarà determinante per il futuro del turismo in Sicilia. Dalla Provincia Torrisi si aspetta che vengano presi provvedimenti, come il festival belliniano. Sappiamo che è in programma per novembre il "W Viva, nda, Etna", presentato alla Bic di Milano, ma sappiamo anche che a livello provinciale per il momento l'unico ente che funziona è l'Etna Convention Bureau. Troppo poco». Dal Comune, invece, «ci aspettiamo che renda accogliente la città per chi ci vive e per i turisti. Altrimenti questi ultimi scappano, a dispetto della nostra economia». Catania ha ribadito ancora una volta Torrisi nella sua strenua e legittima difesa nei confronti degli albergatori, «sembra aver bisogno di tutto fuorché di posti letto, in un periodo storico in cui c'è allarme per la tenuta del turismo congressuale dopo il freno agli eventi medio-scenifici nella città di mare».

«I turisti vengono a Catania se sono a conoscenza che c'è qualcosa di apprezzabile», sostiene Ugo Rando, presidente provinciale Confindustria alberghi e turismo e vicepresidente regionale di Federturismo. «Ecco perché bisogna puntare sulle convenzioni internazionali degli agenti di viaggio, più volte in passato ho proposto alla Provincia, che non

DATI 2008 E 2009

75.068

gli arrivi di italiani nel settore alberghiero a Catania nel 2008 (188.742 invece le presenze)

65.547

gli arrivi di italiani nel settore alberghiero a Catania nel 2009, -12,68% rispetto all'anno precedente (184.336 invece le presenze, -2,32%)

29.430

gli arrivi di stranieri nel settore alberghiero nel 2008 a Catania (96.045 le presenze)

27.037

le presenze di stranieri nel settore alberghiero nel 2009 a Catania, -8,16% rispetto all'anno precedente (96.555 le presenze, +0,53%)

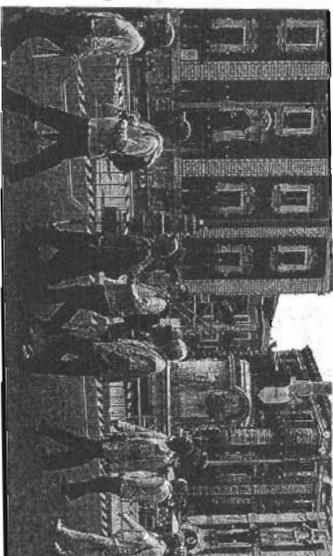
spende più di 17 miliardi di vecchie lire all'anno per mantenere l'Apt, di finanziare con molto meno questi incontri, che porterebbero ogni volta in città tra 600 e 1000 operatori del settore, una volta inglesi, un'altra americana, un'altra ancora francese e così via. Se il ospitante e facciamo vedere loro i testi che abbiamo, questi porterebbero migliaia di turisti. A quel punto sarà importante mantenere aperta musei, monumenti e chiese e tenere tutto pulito e ordinato. Altrimenti ogni sforzo fatto sarebbe vanificato»,

«Il prezzo pubblicato su "La Sicilia" sui 3.500 crocicristi dice subito cosa sono sbarcati in città mi ha lasciato a pensare in bocca - dice Mario Bevacqua, presidente del tour operator europei -. I nostri ospiti parlano infatti di "città sporca e caotica". E dire che hanno avuto il tempo di visitare solo il cosiddetto "salotto buono". Se fossero andati nelle periferie? Se avessero avuto il tempo di fare i percorsi turistici sull'Etna, dove le disastri e del cielo aperto aumentano di giorno in giorno? Per Bevacqua tenere il settore turistico senza risorse e senza campagne pubblicitarie fino ad aprile è un delitto perpetrato dai politici. Così non si può fare programmazione, il governo regionale scaglia il turismo, ma solo a parole. Invece bisogna capire una volta per tutte che un turismo della finzione fa grave torto a economia dell'isola», «La politica - aggiunge Bevacqua - deve scorgere l'abusivismo imperante che investe anche questo settore, altrimenti gli imprenditori sani si scoraggiano e si ritirano». In Sicilia, conclude Mario Bevacqua, «si comincia a lavorare bene sulle accoglienze, ciascuna secondo le proprie competenze, fra tre anni si raccoglieranno buoni frutti».

«La programmazione spetta alla Regione e alla Provincia - dice l'assessore al Turismo del Comune, Antonio Scalia - il nostro compito è l'accoglienza. A costo zero abbiamo attivato un ottimo sito internet che pubblicizza Catania e le sue bellezze artistiche e paesaggistiche. Abbiamo realizzato il "Melcom crocicristi" al porto e con la Sac stiamo lavorando per avviare un servizio simile in aeroporto. Mancano ormai gli ultimi dettagli prima che Fontanarossa abbia un suo piano informativo nel quale ai turisti sarà spiegato nei dettagli perché vale la pena rimanere qualche giorno a Catania piuttosto che scappare subito verso altre mete siciliane. Poi serve pubblicizzare i nostri eventi. Come ha fatto la Calabria col calciatore Rino Gattuso, come fa la Sardegna che promuove i suoi splendidi siti in tutti gli aeroporti italiani. Come fa l'Argentina con il festival verdiano, pubblicato sulle pagine dei maggiori quotidiani mesi prima dell'evento. Noi abbiamo il festival belliniano. Bellini è conosciuto da un miliardo di persone al mondo. Di queste, solo lo 0,1% sa che il compositore è catanese. Svirgola in spiaggia, pubblicizza la "Settimana santa" attirando migliaia di turisti. Potremmo fare lo stesso con la festa di Sant'Agata».

«Bene il contrasto all'abusivismo»

Più da parte di Abbuena Confindustria, l'associazione di categoria dei bed&breakfast e del network extralberghiere della provincia di Catania, per gli interventi di contrasto all'abusivismo commerciale, in particolare nel centro storico della città. «Ci congratuliamo», dice il presidente Franz Carrizzo - «con la Polizia municipale e con tutte le forze dell'ordine per le azioni mirate sul territorio che hanno portato al sequestro di migliaia di prodotti contraffatti, per aver reso, turistamente più vivibile il centro Stiglia, dove trovano sede peraltro molte attività ricettive e turistiche del mercato del Comune, che secondo Abbuena potrebbe essere trasformata, con opportuni e radicali cambiamenti, in luogo turistico. C'è un altro motivo di soddisfazione e cioè vedere che con queste azioni viene colpita la prima linea del fenomeno abusivissimo, quella che di solito, in estate, si sposta nei lidi della città». «Faremo questi controlli adesso, si arguisce quella che sarà la migrazione alla Piava e alla Scogliera. I catanesi hanno compreso che l'abusivismo non è un fenomeno legato alla sopravvivenza degli extracomunitari che negli anni si è evoluto. Ci auguriamo quindi che non cali nei prossimi mesi la tensione sul problema abusivismo», conclude Franz Carrizzo - «e che si possa aprire anche il fronte di comas, seni e desio, alla sosta selvaggia, che rende il centro storico della città di Catania tra i più invivibili d'Europa».



A sinistra, dall'alto, Nico Torrisi, Ugo Rando, Mario Bevacqua e Antonio Scalia. Sopra, turisti in piazza Duomo. In alto, al Teatro Romano