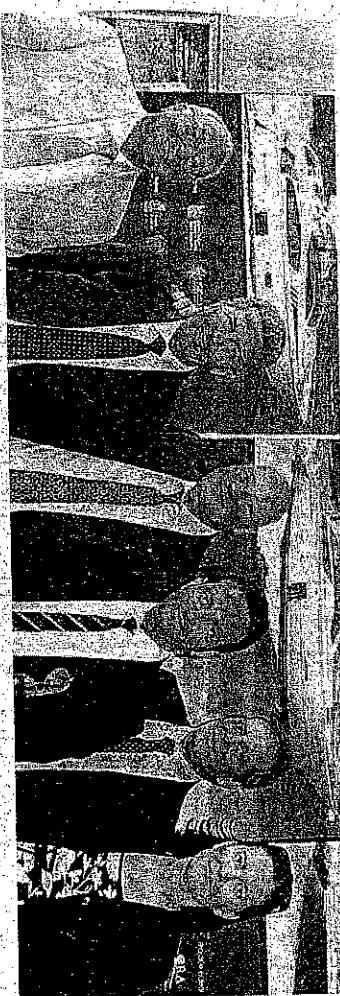


IERI A «NAUTA» IL CONVEGNO SULLA NAUTICA DA DI PORTO «Serve in Sicilia un piano strategico per i porti turistici»

In un momento così difficile per l'economia mondiale e per la stabilità politica del Mediterraneo non è facile prevedere il futuro delle rotte turistiche internazionali. In questo contesto, la Sicilia, con i suoi 139 porti e 1500 chilometri di costa attrezzata, oggi più che mai può diventare destinazione gettonata dalla clientela estera in fuga dai porti del nord Africa.

Ma qual è il percorso da seguire per lo sviluppo della nautica da diporto? La Sicilia può trasformarsi in nuovo player, in uno scenario competitivo globale che nel 2010 ha registrato cali di fatturato del 10-15% sulla domanda di servizi? A rispondere sono stati gli esperti presenti a Nauta - il Salone nautico del Mediterraneo organizzato dal direttore Alessandro Lanzafame - in occasione del convegno di Assomarinas, l'Associazione nazionale che rappresenta i porti turistici in Italia. «Oggi in Sicilia manca un collegamento reale tra il mare e il territorio, critica che rappresenta di certo un deterrente per coloro che devono scegliere una meta-



d'approdo - ha sottolineato il presidente di Assomarinas Roberto Perocchio - un vizio che deve es-

sere colmato attraverso la programmazione di un piano strategico regionale. In questa direzione è necessario che le Amministrazioni diano precedenza al settore privato, l'unico che può risolvere le sottili del territorio e arricchire l'offerta dei ser-

vizi, garantendo risultati concreti».

A parlare di leve e criticità del settore, dopo i saluti del segretario generale dell'Autorità portuale Massimo Gapienza, è stato Antonio Di Monte, pre-

sidente del Distretto nautico Sicilia: «Oggi occorre puntare sulla qualità delle norme, attraverso la semplificazione e l'armonizzazione delle leggi re-

gionali con le direttive comunitarie, e sullo sviluppo progettuale e infrastrutturale - ha affermato - le lungaggini burocratiche rallentano quel processo di crescita privato che è l'unico a seguire il ritmo dei cambiamenti in linea con l'andamento dei mercati». «Oggi il porto turistico rappresenta la porta d'acqua della sua area di competenza» ha sottolineato Massimo Bernardo, giornalista di Nautica e Superyacht che ha moderato gli interventi.

«Ed è necessario promuovere le nostre realtà economiche - ha continuato Antonello Bifacio, vicepresidente di Confindustria Catania - attraverso la comunicazione per la promozione del territorio, la partecipazione a borse e fiere internazionali del settore e iniziative come Nauta, che consentono di mettere in vetrina le eccellenze della Sicilia». Una terra che richiama l'interesse di investitori internazionali, così come specificato da Sarah Dhanda, manager della British Marine Federation (Associa-

zione inglese equivalente ad Ucina), ma che deve aumentare il livello qualitativo dei servizi.