



Non ci vuole la zingara per capire le ragioni per cui il successo del *brand Puglia* ha soltanto sfiorato la zona turisticamente più vocata della Puglia stessa, ovvero il Gargano.

Come abbiamo pubblicato ieri, uno studio di Confcommercio ha messo in evidenza che negli ultimi anni, mentre le altre province pugliesi crescevano in termini di arrivi e di presenze, la provincia di Foggia è rimasta al palo, perdendo comunque qualcosina. Perché è accaduto?

Il turismo sta diventando sempre di più *mordi e fuggi*. Le ferie che durano un mese o anche due settimane sono un ricordo del passato. Oggi si va in vacanza nei week end, nella migliore delle ipotesi per una settimana.

In un siffatto contesto, la durata del viaggio da casa alla meta turistica scelta è una variabile sempre più importante.

Conclusione: sono più competitive le località che si trovano vicine ad infrastrutture di trasporto veloce, come gli aeroporti.

Non è un caso che le aree che si sono maggiormente giovate della crescente internazionalizzare del turismo pugliese siano Bari e Brindisi, ovvero i due capoluoghi di provincia pugliesi che dispongono di scali aeroportuali di interesse nazionale ed internazionale.

Di converso, il Gargano è l'area turistica pugliese più lontana da una struttura aeroportuale: Vieste dista dall'aeroporto di Palese 180 chilometri, Peschici e Rodi Garganico più di 200.

Distanze incompatibili con l'evoluzione delle domanda turistica di cui si è detto prima.

E pensare che c'è ancora chi sostiene che l'allungamento della pista del Lisa sia un'opera inutile.

A penalizzare il Gargano è stata poi un'altra ragione, di natura – come dire – semantica. Turisticamente parlando, la Puglia è soprattutto Gargano e Salento. Promuovere genericamente il *brand Puglia*, ha fatalmente indebolito sia il *brand Gargano* che il *brand Salento*, mentre ha favorito aree, come il Barese, meno tipizzate dal punto di vista turistico e più centrali.

Anche in questo caso, non è per niente una coincidenza che, come il report di Confcommercio ha opportunamente evidenziato, la provincia maggiormente beneficiata dalle politiche turistiche che la Regione Puglia ha messo in campo negli ultimi anni, sia stata quella di Bari. Non è il caso di fare sfoggio di *foggianesimo*, e ripensare male. Non credo che chi definito le politiche turistiche in quel di via Capruzzi volesse deliberatamente agevolare Bari e penalizzare il Gargano.

Ma viste le insostenibili sperequazioni portate alla luce dall'indagine Confcommercio, adesso si deve cambiare registro, e urgentemente, anche per un'altra ragione, sovente trascurata. La provincia di Foggia totalizza il 42% dei posti letto dell'intera Puglia e di conseguenza concentra i maggiori investimenti imprenditoriali. Togliere al Gargano per destinarlo ad altre aree significa impoverire questo sistema imprenditoriale, con conseguenze pesanti sull'intero ciclo economico e sull'occupazione.

La Vertenza Gargano annunciata dal presidente di Confcommercio, **Damiano Gelsomino**, potrebbe rappresentare il classico sasso gettato nell'acqua stagnante, e da troppo tempo stagnante, del turismo provinciale.

Speriamo.

Geppe Inserra

(La foto che illustra il post, dotata di *Creative Commons License* è di **Hari Seldon**)

Facebook Comments

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE:

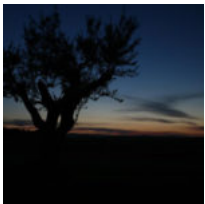
Gargano e turismo, la Regione deve cambiare registro (di Geppe Inserra)



- La difficile declinazione delle Puglie: il Gargano e Foggia assenti dal parallelepipedo di Pugliapromozione



- Aeroporto e seconda stazione: la vittoria della società civile



- Perché la Capitanata muore



Gargano e turismo, la Regione deve cambiare registro (di Geppe Inserra)

Perché la Puglia
sta scoppiando

Clicca sul pulsante per scaricare l'articolo in Pdf 