



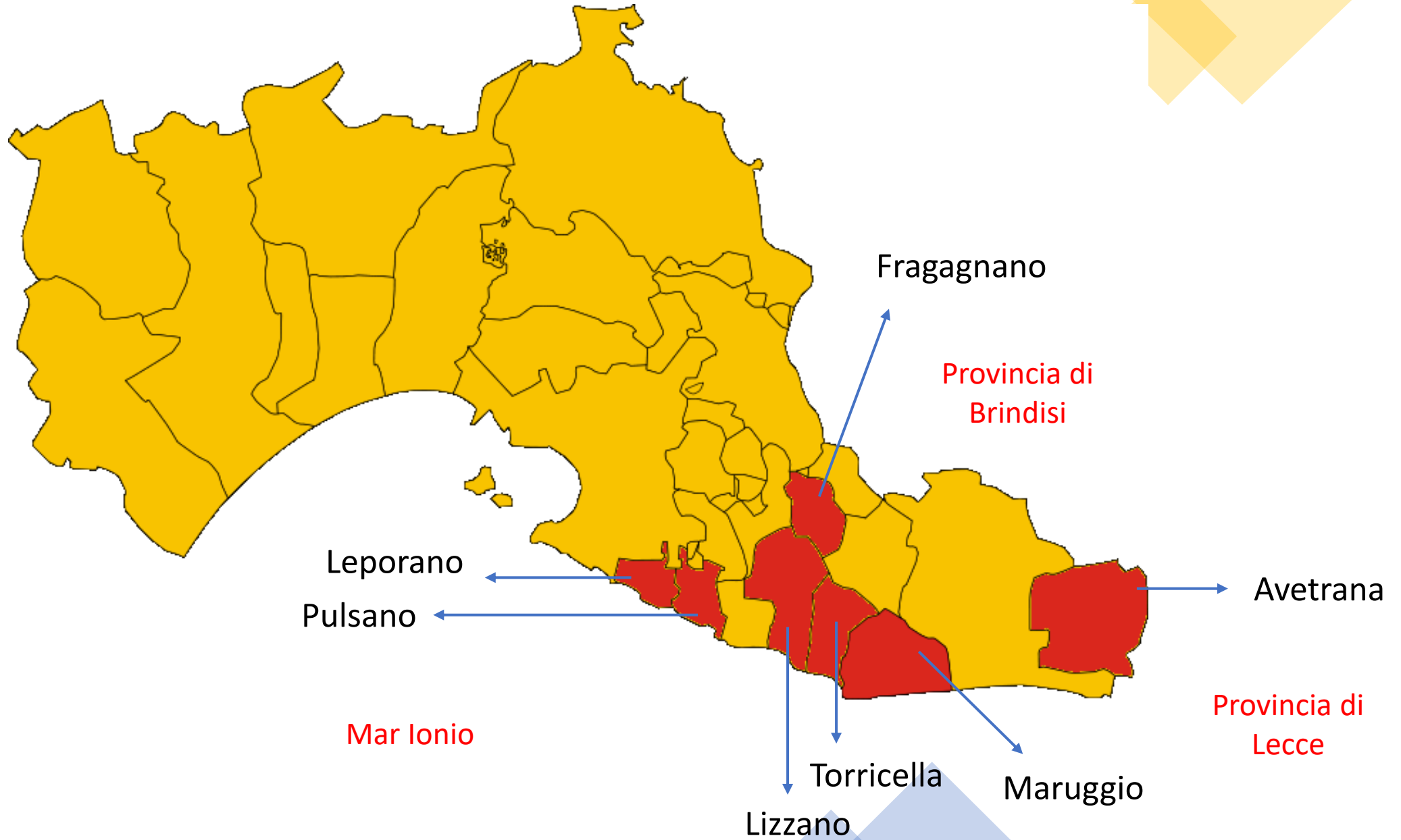
Le linee guida per lo sviluppo turistico dell'area
dell'Unione dei Comuni Terre del Mare e del
Sole.

Scriviamole insieme

Prof. Pierfelice Rosato (responsabile di progetto CERPEM)

Cerpem
centro ricerche
per il mezzogiorno

LOCALIZZAZIONE DEI COMUNI NELLA PROV. DI TARANTO





Lo stato attuale di sviluppo turistico dell'area

Destinazione ad uno stato “embrionale”

- Consapevolezza turistica recente.
- Sistema di risorse da valorizzare ampio, autentico e differenziato
- Risultati recenti incoraggianti nonostante assenza di politiche di sistema.
- Sviluppo “spontaneistico” del turismo e a macchia di leopardo
- Turismo molto di prossimità, concentrato nei mesi estivi (luglio, agosto), a basso valore aggiunto, forte componente escursionismo da territori limitrofi.
- Identità d’area ancora da definire nei suoi caratteri distintivi
- Ricettività di qualità insufficiente allo stato attuale
- Convive un turismo che si evolve e un turismo poco evoluto

Le incoraggianti prospettive su cui lavorare

- In crescita la consapevolezza di Amministratori locali, operatori economici, residenti (?) del ruolo che il turismo assume per lo sviluppo culturale e socio – economico del territorio.
- In crescita la condivisione degli obiettivi di fondo per lo sviluppo turistico del territorio.
- In crescita la consapevolezza di della necessità di prevedere forme di collaborazione pubblico – privato
- Negli ultimi anni crescono gli investimenti turistici di qualità anche da parte di imprenditori extra – territorio che scommettono sull'area.
- Si riconosce il valore della collaborazione anche se si collabora ancora poco.
- La citta di Taranto da minaccia ad opportunità



I temi di riflessione
per il futuro
turistico dell'area

Riflessioni e idee su....

- Il turismo che verrà (auspici che diventano obiettivi)
- La ricettività turistica d'area (la direzione da seguire)
- Imprese e servizi turistici (buchi d'offerta, qualità e politiche di sistema)
- Destagionalizzare e internazionalizzare (Le prospettive su cui lavorare)
- Infrastrutture ed elementi di contesto (come superare le criticità attuali?)
- Identità d'area – Brand – Promozione turistica di sistema (come incamminarci?)
- Il sistema d'offerta d'area tra prodotti turistici di destinazione e segmenti target (“cosa offriamo a chi vogliamo?”)
- Fiducia – collaborazione – consapevolezza (come alimentarle?)
- Sostenibilità e innovazione (quale declinazione?)
- Forme e modalità di collaborazione pubblico – privato (un percorso da compiere)