

Il workshop si svolgerà dal 18 al 21 settembre

Al Buy Lazio

di scena l'Europa

“180 aziende iscritte in rappresentanza di 400 operatori per una offerta che copre l'intero segmento turistico della Regione, e 63 buyers europei provenienti praticamente da tutta l'Europa”. Sono questi i dati evidenziati da Pietro Abate, direttore generale di Unioncamere Lazio, presentando a Roma l'XI edizione di “Buy Lazio”, workshop turistico “che ha come vocazione quella di accrescere le occasioni di commercializzazione dei prodotti turistici laziali”.

Il workshop si svolge nel suggestivo Tempio di Adriano (Piazza di Pietra) sede della Camera di Commercio di Roma. Gli operatori provengono da tutto il territorio laziale: il 45% da Roma e il restante 55% dal resto della regione. In particolare il 12% dalla provincia di Roma, il 7% da quella di Frosinone, l'8% da Latina, il 9% da Viterbo e il 19% dalla provincia di Rieti. L'offerta copre praticamente tutte le tipologie di turismo, rispondendo a quanti richiede il mercato d'oggi, non più indirizzato verso un solo prodotto (mare, montagna o laghi) ma verso soluzioni diverse, trovando più appagante abbinarne a questi altri, come l'enogastronomia, lo sport o la natura.

Non per nulla a questa edizione, se il 65% delle imprese rappresenta l'offerta, cosiddetta “tradizionale” (hotel, villaggi, tour operator) il rimanente 35% è costituita dai “nuovi turismi” legati agli agriturismi (la cui offerta è cresciuta quest'anno del 9%), castelli e dimore storiche, case/vacanze, mentre per il settore enogastronomico significativa appare la presenza di aziende agricole, frantoi, cantine, ristoranti.

La domanda turistica internazionale prevede la partecipazione, come detto, di 63 buyers provenienti da quasi tutta Europa. “La scelta è stata molto ponderata, ha detto ancora Abate, ma alla fine ci è sembrato più giusto intercettare turisti provenienti da bacini più vicini, anche se più dimen-

sionati, che non avventurarsi su altri, più grandi ma anche più lontani e quindi più difficile da far arrivare”. E su questa stessa lunghezza d'onda si dichiarato il direttore generale dell'Enit-Agenzia, Eugenio Magnani, rimarcando il potenziale di mercati come quelli dell'Ucraina, dei Paesi Baltici e della Russia in particolare. Sulla crisi del turismo, da più parti ventilata, Magnani è stato molto laconico: “I conti si fanno alla fine dell'anno”. Nel frattempo il Lazio deve registrare nel 2007 risultati assolutamente positivi che parlano di 9.5 milioni di arrivi, che valgono un incremento del 4,9% rispetto al 2006, per un fatturato complessivo di 5,2 miliardi di euro con un incremento del 3,2%, pari al 16,7% del totale nazionale. Critica la posizione dell'Assessore al Turismo della Provincia di Roma, Patrizia Prestipino, secondo la quale occorre attuare una vigorosa politica di “Marca” richiamando l'attenzione sul fatto che “Roma non riesce a fare sistema né con la Provincia né con la Regione”.

E' intervenuto infine l'Assessore al Turismo della Regione Lazio, Claudio Mancini, preoccupato dagli ultimi sviluppi in materia economica che sta sconvolgendo le piazze finanziarie di mezzo mondo. “Già stavamo tirando un sospiro di sollievo con il riequilibrio del dollaro e il calo del petrolio, quando è arrivata la notizia del crack finanziario degli Stati Uniti. E Roma è di sicura la destinazione italiana più colpita. Se è vero che il 25% del turismo nella capitale proviene dal nord-America, un calo del 10%, come è facile ipotizzare alla luce delle recenti notizie, per Roma significa una contrazione negli arrivi del 2,5%”. Forse anche per questo l'attenzione degli organizzatori del Buy Lazio di rivolgersi quest'anno al mercato europeo, è sembrata ai più la migliore e la più condivisibile.

Antonio Castello

