

A chi sceglie
la Puglia
interessano
sagre
e cultura

GIOVANNI GIUA
COSIMO NOTARSTEFANO *

Da diversi incontri organizzati con gruppi di discussione (formati da persone che negli ultimi dieci anni sono state almeno tre volte in vacanza in Puglia) si configura un *identikit* della domanda turistica pugliese contraddistinto dalla presenza di visitatori di un'età compresa prevalentemente tra i 25 e i 44 anni, appartenenti a coppie o a nuclei familiari senza figli, di medio livello economico-sociale.

Tra le motivazioni che spingono i turisti a visitare la Puglia prevale lo spirito di scoperta quale componente di curiosità nei confronti di una regione «fuori mano» rispetto agli itinerari delle località più famose.

L'interesse primario è rappresentato dal «giro turistico» quale visita alle città e ai monumenti, mentre un aspetto secondario riveste il soggiorno balneare. Anzi nel vissuto e nella memoria storica del turista, ciò che resta indelebile è proprio il ricordo della partecipazione alle sagre, della visita alle località e ai monumenti maggiormente rappresentativi delle di-

verse culture succedutesi nel corso dei secoli.

A fronte di tali caratteri socio-demografici della domanda turistica pugliese, la nostra regione presenta: alta stagionalità e forte carenza di servizi accessori (animazione, *shopping-centers*, manifestazioni sportive e culturali) specialmente durante la bassa stagione; concentrazione dell'offerta ricettiva sul segmento della vacanza balneare; assenza di servizi turistici informativi.

Alla luce di tali considerazioni andrebbe riformulata l'intera impostazione che ha caratterizzato la politica turistica in questi anni in termini di: risposta alle esigenze di «voglia di scoperta» mediante l'ideazione di *tour-packages* mirati su precisi settori dell'utenza turistica opportunamente individuati; stimolo della domanda attraverso la predisposizione di itinerari turistico-culturali e di un sistema informativo presso i nodi stradali, ferroviari e aeroportuali; promozione del «Prodotto turistico Puglia» evocando il vissuto storico e le risorse paesaggistiche, storiche e culturali.

L'esigenza prioritaria è quella di organizzare, una

rete di strutture ricettive economiche di medio livello capillarmente diffuse sul territorio regionale con *standards* controllati e garantiti da apposite organizzazioni consortili. Vanno altresì diversificati, programmati e pubblicizzati gli eventi culturali e folcloristici in sinergia con le strategie promozionali dei *tour operators* e degli albergatori al fine di sviluppare una credibile ed efficace politica di penetrazione nei mercati esteri e di destagionalizzazione del periodo di fruizione.

Ad esempio, di fronte ad una domanda esistente ed economicamente significativa di «vacanze di scoperta» nel periodo primavera-Pasqua, la Puglia, sia per le favorevoli condizioni climatiche che per le manifestazioni tradizionali consolidate, può offrire sin d'ora un ventaglio di interessanti opportunità al turismo «europeo».

Il problema rimane il coordinamento e l'opportunità pubblicitaria. A chi l'iniziativa?

* Membri «Aiest» (Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme)