Regione Umbria - Assemblea legislativa

TURISMO: AUDIZIONI DELLA SECONDA COMMISSIONE SUL PIANO TRIENNALE DI INDIRIZZO STRATEGICO 2014-2016

6 Ottobre 2014
In sintesi

Audizione della Seconda Commissione di associazioni e categorie sul Documento triennale di indirizzo strategico per il turismo 2014/2016. Gli interventi hanno delineato una sostanziale condivisione del testo, sottolineando alcune criticità e avanzando proposte: dalla promozione integrata al miglioramento dell'organizzazione di eventi e manifestazioni, da una comunicazione più attenta di quello che già esiste fino ad una maggiore attenzione ad allungare il periodo di permanenza dei turisti. La Commissione approverà il testo nella prossima seduta.

(Acs) Perugia, 6 ottobre 2014 – Questa mattina a Palazzo Cesaroni la Seconda Commissione, presieduta da **Gianfranco Chiacchieroni**, ha tenuto le audizioni di associazioni e categorie sul Documento triennale di indirizzo strategico per il turismo 2014/2016. Gli interventi hanno delineato una sostanziale condivisione del testo, sottolineando alcune criticità e avanzando delle proposte: dalla promozione integrata al miglioramento dell'organizzazione di eventi e manifestazioni, da una comunicazione più attenta di quello che già esiste fino ad una maggiore attenzione ad allungare il periodo di permanenza dei turisti più che ai nuovi arrivi.

FEDERICO FIORUCCI (Confcommercio Umbria): “PARTIRE DALLA PROMOZIONE INTEGRATA. SERVONO MAGGIORI CONTROLLI. Questo confronto ci consente di proporre contributi di miglioramento ad un atto strategico così importante. Il documento triennale deve prevedere come elemento centrale quello della promozione integrata . Per questo vanno esplicitate in maniera chiara e definita le risorse. Più nello specifico, i dati presenti nel documento vanno aggiornati perché sono fermi al 2012. Inoltre il richiamo costante all'Unione dei Comuni, che non è partita in Umbria, rischia di creare un vulnus: serve un meccanismo che supplisca a questa mancanza. Nel piano di marketing strategico, che è parte integrante di questo documento, c'è un eccessivo ritorno al centralismo attraverso gli Iat (uffici informazione e accoglienza turistica): la sussidiarietà orizzontale va messa in maggiore evidenza, puntando su un momento di confronto unico che valorizzi le aziende presenti nel nostro territorio. Per l'Expo 2015 siamo di fronte ad un ritardo abissale rispetto alle aspettative che si erano create un anno fa; serve un'immediata presa di posizione da parte di tutti i soggetti coinvolti nel turismo umbro, altrimenti rischia di diventare un'opportunità perduta. La centralità del ruolo operativo affidata a Sviluppumbria comporta che la macchina sia in grado di girare fin da subito a pieno regime: diamo la nostra disponibilità ad affiancare e collaborare la struttura operativa. Lamentiamo, poi, la scarsa incisività dei controlli che servono alla qualificazione della ricettività: quelli messi in campo fino ad ora sono 'pannicelli caldi' per fenomeni allarmanti e devastanti sul piano dell'abusivismo. Riteniamo strategico inserire nel documento triennale il Progetto reputation di Federalbeghi Umbria per far recuperare redditività alle imprese. È inoltre necessario inserire tra i grandi eventi la manifestazione 'Primi d'Italia' che rappresenta oramai un appuntamento di grande rilievo”.

CLAUDIO BALDONI (Faita Umbria - Federcamping): “PUNTARE SU AUMENTO PERMANENZA TURISTI E SU EVENTI GIÀ ESISTENTI. Migliorare l'organizzazione di eventi e manifestazioni già presenti sul nostro territorio è più facile ed economicamente meno impegnativo che crearne di nuovi. Così come convincere un turista che ha già deciso di venire in Umbria a fermarsi una sola notte in più è più facile e conveniente che aumentare il numero degli arrivi, che negli ultimi cinque anni sono rimasti sempre gli stessi a causa della crisi. Nel piano triennale è stato trascurato l'argomento della costante diminuzione delle presenze e della bassa occupazione media delle strutture. La riqualificazione e l'aumento della redditività delle aziende è direttamente proporzionale all'aumento delle presenze più che all'aumento degli arrivi. Per aumentare la permanenza dei turisti diventa fondamentale l'informazione da dare, pubblicando sui siti di tutte le strutture turistico-ricettive l'elenco dei vari eventi, manifestazioni storiche e culturali, spettacoli, fiere e sagre di tutto l'anno dell'Umbria. Sarebbe importante allungare l'orario di apertura di chiese, monumenti e musei del territorio, magari con un contributo regionale e coinvolgendo giovani disoccupati, proponendo visite guidate dalle 21 alle 23”.

ANNA SCHIPPA (Agci Umbria - Associazioni generale cooperative italiane): “COMUNICARE MEGLIO QUELLO CHE FACCIAMO. Vorrei che nel piano ci fossero maggiori risorse per comunicare meglio quello che già c'è, per far conoscere e promuovere le cose che facciamo. Basta pensare alle App, che vengono scaricate pochissimo. Dobbiamo migliorare le informazioni che si riescono a trovare su internet. Serve fare sistema anche nella comunicazione e nell'incoming, cominciando da Expo 2015, e sfruttare le manifestazioni del territorio per tutto l'anno. Il rapporto turismo-cultura è un elemento di criticità nel Piano triennale e serve approfondire quello tra turismo e gli altri settori”.

Al termine delle audizioni il presidente **Gianfranco Chiacchieroni** ha sottolineato che “nella prossima seduta la commissione cercherà di approvare il piano triennale del turismo, valutando il testo alla luce delle osservazioni fatte, così da portarlo in aula al più presto”.DMB/

Source URL: *http://consiglio.regione.umbria.it/informazione/notizie/comunicati/turismo-audizioni-della-seconda-commissione-sul-piano-triennale-di*

List of links present in page

- http://consiglio.regione.umbria.it/informazione/notizie/comunicati/turismo-audizioni-della-seconda-commissione-sul-piano-triennale-di