

## **TURISMO: LE DIECI "IMPRESE" ABRUZZESI UNICHE IN TUTTO IL MONDO**

*PESCARA - Il 2018 è stato un anno sostanzialmente positivo per il sistema turistico abruzzese, con oltre 17 mila imprese, pari all'11% del totale regionale, e poco più di 55 mila addetti, che è cresciuto nel suo complesso più della media nazionale dimostrando una oggettiva capacità di reazione di fronte agli eventi naturali che nel biennio 2016-2017 avevano pesantemente condizionato le scelte di soggiorno.*

*E poi ci sono 10 eccellenze regionali, non replicabili in nessun altro posto del mondo, quelle portate avanti da Fabiano Aretusi, vice presidente Area Marina Protetta Torre del Cerrano; Sara Aromatairo, dell' Azienda Agricola Mappavels; da Giorgio Cimini con Opitalitas, da Claudio Di Dionisio, con BikeLife; da Fabrizio Lucci, con Italia Sweet Italia; da Paolo Setta, con Il Bosso; da Antonio Stroveglia, con Wolf tour; da Giammarco Giovannelli, con Hotel Venere; da Fausto Di Nella, con l'Associazione Cammino di San Tommaso; e da Claudio Colaizzo, con l'Associazione Le Rotaie – Transiberiana d'Italia.*

*I dati sono stati snocciolati nel corso di una tavola rotonda ieri al porto turistico Marina di Pescara. L'evento, promosso dalle tre Camere di Commercio abruzzesi, si è avvalso della collaborazione di Isnart, la società in house che si occupa di turismo e che ha lanciato, al fine di supportare le amministrazioni, due strumenti basati sull' Intelligenza Artificiale ed i Big data: una metodologia per l'osservazione economica del turismo, la mappa delle opportunità Simoo, ed una piattaforma Big Data che permette di analizzare la capacità di connessione tra le risorse culturali e naturali ed il sistema turistico territoriale, due piattaforme nate oggi ma che si svilupperanno in modo continuo.*

*"Il turismo è il settore che più di tutti può determinare un significativo incremento del nostro Pil - ha commentato Gennaro Strever, presidente Camera di Commercio Chieti Pescara - Le Camere di Commercio abruzzesi, coscienti dell'opportunità offerta, stanno investendo in questo settore e, in raccordo con le imprese e le istituzioni, investiranno con sempre maggiore razionalità ed efficacia. Il convegno di oggi è stato un primo fondamentale passaggio in questa direzione perché, per programmare, è necessario conoscere. Le due piattaforme realizzate da Isnart, l'Osservatorio Big Data e la Mappa delle opportunità sono, in tal senso, una base di conoscenza utile ed innovativa".*

*Le imprese della filiera del Turismo in Italia sono 617mila, più di quelle del settore manifatturiero (11,3% del totale italiano); occupano 2,7 milioni di addetti (12,9% del totale Italia) quasi il doppio degli occupati nel settore delle costruzioni; circa 88 miliardi di euro di valore aggiunto prodotto (6% del totale economia), superiore al valore aggiunto del settore agroalimentare; 428 mln di presenze ufficiali (escluse presenze in appartamenti, camere, abitazioni private) cui si aggiungono 485 mln di presenze stimate in alloggi privati.*

*Le presenze turistiche in Italia sono cresciute del 15%; quelle internazionali hanno superato quelle nazionali; la quota di imprese che vende sui grandi portali on-line è salita dal 33% all'82%; la quota di turisti che sceglie la destinazione di vacanza mediante i social network è passata dal 10% al 40%.*

*Ma al di là dei numeri, la passione per i viaggi che accomuna diversi target di domanda traina l'industria delle vacanze con nuovi trend di settore attivati dai protagonisti della filiera turistica, dalle "avanguardie" del turismo, ovvero quelle imprese che "fanno tendenza", con nuovi modelli di turismo,*

*nuovi prodotti turistici, nuovi servizi, nuovi concept di vacanza.*

*Il Sistema camerale ha analizzato ed individuato oltre 500 imprese italiane, come esempi di eccellenza, avanguardie e best practice territoriali, che propongono un'offerta altamente innovativa, intendendo per "innovativi" tutti quei beni e servizi che vanno non solo a rispondere alle nuove esigenze della clientela ma anche e, soprattutto, a quei servizi che vanno oltre, creando nuove tendenze, nuove modalità di fruizione del prodotto turistico. Esempi da cui prendere spunto per innovare la propria offerta per tutte le imprese che operano nella filiera turistica.*

*Dieci di queste best practice sono state presentate oggi al porto turistico Marina di Pescara. Nello scenario che si sta delineando corre l'obbligo di innovare i propri modelli di business mettendo al centro delle politiche le aspettative del cliente: bisogna anticiparle, capirle, studiarle e soddisfarle.*

*- Fabiano Aretusi, vice presidente Area Marina Protetta Torre del Cerrano*

*La Torre Cerrano è una delle antiche torri costiere del Regno di Napoli, si trova sulla costa dell'Adriatico, in provincia di Teramo, tra Silvi e Pineto. E' uno dei pochi esempi rimasti integri della fitta rete di fortificazioni costiere del Regno di Napoli, che avevano la funzione di respingere i frequenti attacchi di turchi e saraceni provenienti dal mare. Oggi la Torre, affidata al Consorzio di Gestione dell'Area Marina Protetta Torre del Cerrano e all'Istituto Zooprofilattico Sperimentale Abruzzo e Molise, ospita il Centro Internazionale di Formazione Veterinaria oltre alla Biblioteca e al Museo del Mare in allestimento con l'Info-point dell'Area Marina Protetta. Turismo ambientale, rapporto con il territorio, con le strutture turistiche del comprensorio.*

*- Sara Aromatairo, Azienda Agricola Mappavels*

*E' una piccola azienda nata sulle pendici del Gran Sasso d'Italia, che da un anno a questa parte si dedica, oltre che alla coltivazione di cereali, semi oleosi e legumi da granella, anche alla coltivazione del luppolo, diventando uno dei luppoleti più alti d'Italia, in quanto si trova a 1346 mt slm. L'Azienda coltiva il Cascade, un luppolo americano, che ha delle differenti caratteristiche organolettiche rispetto alla classica cultura, dettate proprio dell'altitudine dell'impianto. Una parte del raccolto viene destinata alla produzione di birra a km 0, in particolare una birra weiss al farro, e una bionda al grano di solina, ovviamente tutto proveniente dalla loro azienda; con la restante parte hanno voluto valorizzare le nostre tradizioni, in particolare quella della pastorizia, tingendo lana vergine ed ottenendo un colore giallo ocre. vare la colorazione della stessa"*

*- Giorgio Cimini, Opitalitas*

*La società OPItalitas, costituitasi dopo la separazione del ramo di azienda che, nell'ambito della Coop. So.R.T. di OPI, ha iniziato a gestire dal 2015 l'hotel La Pieja di OPI, ha l'obiettivo di creare e gestire una Ospitalità Diffusa nel territorio di OPI. Ospitalità non intesa nel senso del classico "Albergo diffuso" (spesso caratterizzato da elevati investimenti e accoglienza in strutture di qualità), ma come un complesso di proposte differenziate che possano incontrare le esigenze delle diverse tipologie di frequentatori di un Parco Nazionale come il PNALM. Il carattere innovativo dei servizi offerti è costituito dalla ampia gamma di alternative ricettive, adatte ad una clientela diversificata e comunque tutte orientate a favorire una vacanza esperienziale nella fruizione del Parco, nei vari aspetti naturalistici, escursionistici, culturali, culinari e delle tradizioni locali.*

*- Claudio Di Dionisio, BikeLife*

*Nato come organizzatore di eventi con un'affermata agenzia. Romagnolo autentico, da tanti anni in Abruzzo, ha fondato "BIKELIFE, live yourpassion", Tour Operator e Agenzia dettagliante online. Studia e crea con le proprie mani buona parte delle vacanze in bicicletta, in trekking e, l'ultima proposta, in vespa! Organizza vacanze su misura, come un sarto artigiano. Con sede operativa in Francavilla al Mare, Bikelife vende l'Abruzzo in tutto il mondo con un focus specifico sul turismo attivo e sportivo.*

*- Fabrizio Lucci, Italia Sweet Italia Fabrizio Lucci, di Vasto*

*Ha compiuto studi in Economia del Turismo ed un successivo Master per Manager in sviluppo turistico e valorizzazione dei beni culturali. Dopo un'esperienza lavorativa in Spagna, ha fondato, con altri esperti di turismo vastesi, la start up Italia Sweet Italia che vende proposte di viaggio fortemente esperienziali per chi cerca vacanze in Abruzzo. E poi c'è il team, un gruppo appassionato di amici, esperti nei rispettivi campi: un traboccante, due vignaioli, una casalinga, un produttore di olio evo di alta qualità.*

*- Paolo Setta, Il Bosso*

*La cooperativa Il Bosso è un'azienda dinamica che opera in Abruzzo, a Bussi sul Tirino, nel settore dell'ambiente e del turismo dal 1999. Collabora con Enti, Istituzioni Scolastiche ed Associazioni*

*attraverso l'attuazione di progetti che hanno l'obiettivo di diffondere la sensibilità ecologica; divulgare la cultura scientifica; promuovere la conoscenza dell'ambiente e del territorio; sviluppare e ricercare programmi per il turismo sostenibile e responsabile. Paolo Setta dirige il settore turismo attraverso la ricerca e lo sviluppo di attività eco-compatibili. Cura i contatti e le pubbliche relazioni della società. Svolge attività di accompagnatore di canoa, di mountain bike e di trekking con la qualifica di Guida Ambientale Escursionistica. Collabora con il settore educazione ambientale per la realizzazione di programmi didattici esperienziali. Dirige inoltre il settore dedicato alle strategie di marketing, alla comunicazione ed alla promozione delle Attività e dei Servizi della Società Cooperativa Il Bosso.*

*- Antonio Strovelgia, WolfTour*

*A distanza di poco più di un anno sono cresciuti in maniera esponenziale, e la crescita continua ancora: al momento, la società è costituita da 3 soci, 3 dipendenti, 2 collaboratori agenti in Francia (Nizza) e Gran Bretagna (Londra), ed ha in essere accordi con i principali Tour Operator nazionali ed internazionali. Sono specializzati nella vacanza attiva, sostenibile e culturale. Offrono pacchetti turistici, escursioni, tour ed esperienze legate all'outdoor, alla sostenibilità ed all'enogastronomia: trekking a piedi e in mountain bike, percorsi in e-bike, ciaspole, sci da fondo, passeggiate a cavallo, giro in canoa, barca a vela ed aereo turistico, visite e degustazioni presso cantine, agriturismi ed aziende agricole d'eccellenza.*

*- Giammarco Giovannelli, Hotel Venere*

*50 anni di attività nel campo dell'ospitalità alberghiera. Su un suo recente post su Facebook Giammarco Giovannelli spiega bene l'impresa alberghiera Hotel Venere. "Ci siamo ! 50 anni d'Amore Hotel Venere Alba Adriatica: 15 luglio 1969 - 2019. Quanti ricordi ed emozioni da condividere: penso a mia nonna Speranza che consegnava le chiavi delle camere mentre armeggiava in cucina per soddisfare tutti gli ospiti come sempre, penso all'imbarazzo sincero e genuino di mio padre Sortino e di mia madre Miriana che gesticolavano con i turisti tedeschi cercando di comunicare al meglio, penso alla presenza puntuale degli altri nonni Carlo e Antonia, che badavano a me e mia sorella Emanuela per consentire ai miei genitori di dare avvio alla nuova #avventura familiare targata ""Pensione Venere 1969"". Abbiamo cercato tutti noi di dare il massimo per una bella scommessa di #vita e per un grande #valore sociale che è il Turismo."*

*- Fausto Di Nella, Associazione Cammino di San Tommaso*

*Fausto di Nella è il presidente dell'Associazione Il Cammino di San Tommaso, un itinerario culturale, naturalistico e spirituale che collega la città di Roma con la Basilica di San Pietro a Ortona, custode delle spoglie dell'Apostolo sin dal 1258. Un lungo percorso di circa 316 km (interamente adottato dalle comunità del cammino) che attraversa il Lazio ed il cuore dell'Abruzzo più autentico esaltando le eccellenze paesaggistiche di cui è ricca la regione ed i luoghi della fede quali chiese, eremi ed abbazie, custodi silenti di spiritualità. E poi c'è la Fontana del Vino che tanto successo sta avendo nel mondo.*

- *Claudio Colaizzo, Associazione Le Rotaie – Transiberiana d'Italia*

*Altro che “alta velocità”: sulla "Transiberiana d'Italia" di alto c'è il dislivello, il tasso emotivo, il coinvolgimento di un viaggio su un treno storico, su carrozze d'epoca, attraverso i panorami folgoranti degli Appennini abruzzesi nel tratto del parco della Majella. Ma soprattutto, è quasi ora di partire. Così inizia l'articolo pubblicato dal Touring Club Italia lo scorso febbraio per annunciare la partenza da Roma Termini della Transiberiana d'Italia. Claudio Colaizzovanta un'esperienza pluriennale nel campo della programmazione di incoming turistico in Abruzzo e Molise. Cura l'ideazione, la pianificazione e l'organizzazione dei calendari turistici dei treni storici della ferrovia Sulmona-Isernia.*

*Le vacanze che sono sempre più intese come scoperta, come esperienza di vita, per formule di viaggio sempre più innovative, legate alle nuove tecnologie, ma anche attente alla tutela ambientale del territorio, agli usi e costumi della popolazione locale.*

*Il turista di oggi si aspetta di trovare sul mercato proposte di vacanze personalizzate, da poter tarare ad hoc sulla base delle proprie esigenze, in tempo reale, per viaggi e vacanze che sono sempre più esperienze, a contatto con la popolazione locale, nel rispetto del territorio che li ospita.*

*Questo, naturalmente al di là della qualità e del rapporto qualità/prezzo, dato ormai per scontato, e che ad oggi, grazie alle piattaforme peer to peer, sono i clienti stessi a selezionare in anticipo, in fase di programmazione e prenotazione del viaggio, con un occhio ai social network sia in fase ex ante, di programmazione e scelta, che in quella ex post, in cui si racconta l'esperienza vissuta, valutandola secondo i propri canoni, sulla base delle proprie aspettative e necessità, attivando così un feedback che alimenta i successivi tam tam della rete.*

*"Sono entusiasta di poter presentare nella mia terra i nuovi strumenti di osservazione turistica che abbiamo realizzato per il sistema camerale italiano - ha aggiunto Roberto Di Vincenzo, presidente Isnart - Il turismo sta vivendo un vero e proprio cambio di paradigma, non una semplice trasformazione. Infatti, è il settore nel quale il digitale è penetrato più rapidamente. Per questo è necessario disporre di strumenti adeguati che permettono non solo di conoscere come è andata la stagione ma anche di programmarla in funzione dei bisogni mutevoli del turista".*

*"L'osservatorio Big Data e la Mappa delle opportunità sono i due grandi strumenti di analisi nazionale che, attraverso l'intelligenza artificiale, permettono lo sviluppo di conoscenze territoriali fino al livello comunale. Grazie alla collaborazione istituzionale tra le Camere di Commercio italiane e la Regione*

*Abruzzo, Isnart sta collaborando alla realizzazione dell'Osservatorio regionale del turismo che vedrà, per primo in Italia, l'integrazione tra le due piattaforme e Citra, la piattaforma digitale di rilevazione delle presenze turistiche della Regione Abruzzo".*

*Tendenze recenti nel turismo abruzzese*

*(a cura di Isnart)*

*Il sistema turistico abruzzese conta nel 2018 oltre 17 mila imprese, pari all'11% del totale regionale, e poco più di 55 mila addetti (14% del totale). L'incidenza della filiera turistica sull'economia locale è esattamente in linea con quella media nazionale.*

*Il 2018 è stato un anno sostanzialmente positivo per il turismo abruzzese che è cresciuto nel suo complesso più della media nazionale dimostrando una oggettiva capacità di reazione di fronte agli eventi naturali che nel biennio 2016-2017 avevano pesantemente condizionato le scelte di soggiorno.*

*Il confronto con il 2017 va valutato con cautela: gli episodi sismici da un lato e le condizioni critiche determinate dalla forte ondata di maltempo dall'altro hanno prodotto effetti dirompenti sul sistema turistico locale, in particolare quello operante nelle aree interne della regione. Ciò nonostante, i dati del 2018 vanno letti anche con ottimismo perché esprimono una buona capacità della regione di recupero rispetto alle difficoltà precedenti.*

*La positiva dinamica regionale – diffusa in quasi tutte le province - è stata solo in parte attenuata dal leggero calo di alcuni poli del mercato balneare abruzzese. Altre tradizionali destinazioni costiere hanno visto crescere arrivi e presenze a tassi superiori a quelli medi regionali. Nella media annuale il tasso di occupazione delle camere è passato dal 38,3% al 44,9%. Nell'area Chieti-Pescara le strutture ricettive sono risultate in media più utilizzate comparativamente al contesto regionale. È soprattutto dalle aree più interne dell'Abruzzo che sono arrivati segnali positivi. Ad eccezione di Teramo gli altri capoluoghi di provincia hanno fatto registrare aumenti in doppia cifra ed è positivo notare come anche la città dell'Aquila stia gradualmente recuperando la sua attrattività.*

*Le informazioni raccolte presso i visitatori offrono una immagine molto circoscritta delle principali motivazioni di vacanza. Sebbene in misura sensibilmente inferiore alla media delle altre destinazioni italiane, il desiderio di gustare i prodotti dell'enogastronomia locale costituisce la principale motivazione di vacanza di chi visita l'Abruzzo. Ad essa è associato, praticamente con pari intensità, l'interesse per la varietà del patrimonio artistico.*

*Il 2018 ha rappresentato in qualche modo per l'Italia un anno storico: per la prima volta i flussi turistici internazionali hanno superato quelli nazionali.*

*"Sappiamo bene che da questo punto di vista l'Abruzzo si presenta in ritardo, non solo per il fatto di essere, insieme alla Basilicata, la regione italiana meno internazionalizzata, ma anche per avere una delle più basse quote di turismo di residenti regionali. Siamo ben consapevoli di questo ritardo ma anche dei significativi spazi potenziali che ancora possono essere sperimentati per accrescere il mercato locale non meno di quello internazionale".*



<https://abruzzoweb.it/turismo-le-dieci-imprese-abruzzesi-uniche-in-tutto-il-mondo/>