

**Data:** 20 Marzo 2024

**Categoria:** Progetti

---

## **3.a Giornata nazionale del Turismo delle Camere di Commercio – Presentati i risultati del progetto “Sostegno al Turismo”**

Partendo dal mare, più azioni di sistema e più prodotti per una Puglia turisticamente più sostenibile e accessibile. Sono i desiderata espressi, all’unisono, da tutti i soggetti coinvolti dal progetto “Sostegno al Turismo” di Unioncamere Puglia, realizzato in collaborazione con ISNART e le Camere di Commercio di Bari, Brindisi, Foggia, Lecce e Taranto, finanziato dal Fondo Perequativo del sistema camerale nazionale.

La Camera di Commercio di Bari, nell’ambito della Giornata nazionale del turismo delle Camere di Commercio, ha ospitato stamane l’incontro conclusivo del progetto, partito lo scorso ottobre e articolato in due momenti: i quattro focus tematici sulla destinazione turistica “marine di Puglia” con oltre 140 partecipanti nelle province pugliesi e il percorso di formazione dedicato alla “capacity building”, sui temi della sostenibilità e dell’accessibilità nel turismo, che ha visto oggi la consegna degli attestati di partecipazione a 70 operatori del settore.

Un comparto quello del turismo che in Puglia nel 2023 ha visto oltre 36mila imprese registrate, e oltre 162mila addetti, con un’incidenza del 9,5% sul totale delle imprese della regione e che ha fatto registrare un aumento dell’1,2% rispetto al 2022, come è emerso dallo studio presentato da Fabio Di Sebastiano di Isnart.

«Sono numeri importanti – ha commentato Luciana Di Bisceglie, presidente di Unioncamere Puglia – che il sistema camerale pugliese promuove e sostiene attraverso varie iniziative progettuali. L’obiettivo è strutturare un’offerta complessiva maggiormente sostenibile e accessibile a tutti, che coinvolga tutte le istituzioni e valorizzi i territori, sempre di più in un’ottica di sistema Puglia».

Necessarie le competenze per una maggiore competitività: «la mancanza di risorse umane resta un problema non di poco conto, anch’esso strategico», ha sottolineato Luigi Triggiani, segretario generale di Unioncamere Puglia.

Una destinazione turistica è difatti «un campo dove, per vincere, i diversi player – prodotti, turisti, infrastrutture, imprese, comunità locale e governance – devono giocare in squadra e segnare tre goal: il vivere, il visitare e il fare impresa. Il player Infrastrutture è quello più in sofferenza. Stanco, presenta delle difficoltà a tenere il ritmo della partita», ha detto Alessandra Arcese di Isnart.

La destinazione “Marine di Puglia”, al centro delle attività del progetto, presenta un buon livello di sviluppo turistico che comincia a proiettarsi verso la distintività rispetto a destinazioni analoghe. Occorre, dunque, potenziare l’offerta del mare con nuove forme di ricettività, in relazione a nuovi prodotti, come evidenziato dall’assessore al Turismo della Regione Puglia, Gianfranco Lopane: «La Regione Puglia sta rispondendo alla necessità di riorganizzare l’offerta turistica dei territori, per meglio strutturare i prodotti, coinvolgendo nelle

politiche e nelle azioni i privati, puntando sempre di più a percorsi di qualificazione dell'offerta, che sono quelli che possono sempre di più posizionarci su un mercato internazionale che guarda alla Puglia con interesse».

Il progetto "Sostegno al turismo", incentrato sulla destinazione marine di Puglia, ha consentito alle camere di commercio pugliesi e agli operatori di lavorare sugli ottocento km di costa come porta per la scoperta dell'intera Puglia. Nei focus group si è discusso sui temi che riguardano le politiche di una destinazione: dalle caratteristiche delle imprese alle infrastrutture, al mercato, lavorando sulle strategie di fidelizzazione ma anche su nuovi segmenti di offerta, in continuità con il piano strategico della Puglia. Il percorso formativo di capacity building ha riguardato la sostenibilità e l'accessibilità, «due temi ormai strategici – come ha evidenziato Ettore Ruggiero di Isnart – per essere sul mercato in un turismo che cambia, con turisti che chiedono sempre più sostenibilità e accessibilità, cioè un turismo per tutti. Sono tematiche che riguardano le strutture ma anche la formazione del personale. Le imprese possono mettercela tutta per fare di una località una destinazione turistica ma occorre altresì una regia pubblica, in termini di politiche, che consenta a un territorio di esprimere un'offerta che contempili richieste sempre più targettizzate».

E quindi «maggiore sinergia fra pubblico e privato, perché c'è bisogno di imprese più sostenibili ma anche di un sistema dell'accoglienza più sostenibile», ha detto Dinno de Risi, presidente nazionale giovani Federalberghi.

Atti: [Introduzione – Meeting 20 mar 2024](#)

[Giornata del turismo – Marine di Puglia\(1\)](#)

## Articoli Correlati

- ["Vie del gusto" alla Fiera del Levante dal 17 al 25 settembre](#)  
Padiglioni modulari per comunicare e vendere al pubblico; un focus sulle eccellenze enogastronomiche; costo espositore...
- ["Vie del gusto" alla Fiera del Levante dal 17 al 25 settembre](#)  
Padiglioni modulari per comunicare e vendere al pubblico; un focus sulle eccellenze enogastronomiche; costo espositore...
- ["Vie del gusto" alla Fiera del Levante dal 17 al 25 settembre](#)  
Padiglioni modulari per comunicare e vendere al pubblico; un focus sulle eccellenze enogastronomiche; costo espositore...