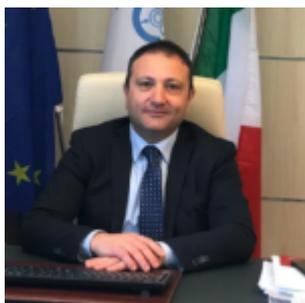


# Turismo, puntare a strategie diversificate per affrontare la fase emergenziale e post covid



*La stagione estiva è orma alle porte e il territorio crotonese non può farsi trovare impreparato – spiega il Presidente della Camera di commercio di Crotona Alfio Pugliese – E' necessario che le istituzioni, in collaborazione con le imprese del settore turistico, studino delle strategie finalizzate a presentare un'offerta diversificata che comprenda oltre al mare anche borghi e montagne".*

*"E' evidente che il mare e gli stabilimenti balneari hanno sempre rappresentato il più importante attrattore per i flussi turistici della provincia di Crotona. Tuttavia, è fondamentale in questa fase studiare le nuove tendenze per comprendere come presentare ai visitatori un prodotto turistico che comprenda mare e montagna e che possa rassicurarlo sulle principali preoccupazioni in **fase covid e post-covid**".*

*"L'esperienza del turista, il cosiddetto **customer journey**, inizia da casa, dal momento della scelta della località da visitare – ricorda Alfio Pugliese – E', importante, allora, essere sul web e presentare il crotonese come un territorio che offre spiagge e località balneari di grande interesse (basti pensare alle bandiere blu e verdi delle nostre spiagge) ma anche piccoli borghi contraddistinti da tradizioni*

*importanti e prodotti tipici di eccellenza, scorsi architettonici imperdibili, zone collinari e montane contraddistinte da aria pulita e ambiente salubre. L'aria pulita e la salute sono due asset da valorizzare".*

*"Abbiamo rilevato che il turista si ferma nel crotonese per circa una settimana. Diventa importante allora predisporre pacchetti che abbiano la capacità di soddisfare tali esigenze, unitamente alle nuove tendenze determinate dal covid. Come evidenziato anche dagli illustri relatori dell'incontro Unesco talk, organizzato dal Network Mirabilia di cui la **Camera di commercio di Crotona** fa parte, verranno, infatti, preferite le attività outdoor, che vanno dalla vela al surf e kite surf, per ciò che riguarda il mare, ed il trekking, per ciò che riguarda le zone interne. Con riferimento alle prime non possiamo dimenticare il progetto Crotona città della vela e tutte le attività praticabili in tale ambito; per ciò che riguarda il secondo aspetto, non si può non puntare sull'Area MAB Unesco, nel Parco della Sila, in cui Crotona vanta anche il posizionamento di alcuni comuni".*

*A seguito del covid il turista va alla ricerca soprattutto di natura, e quindi predilige le strutture ricettive di piccole dimensioni, addirittura privilegiando la microricettività in natura, e di turismo culturale, con un'attenzione particolare ai temi della sostenibilità. Il turismo post covid è un turismo di prossimità e non possiamo non tenerne conto*

*"Bisogna invertire la prospettiva e pensare che, paradossalmente, questa situazione di emergenza può comportare dei vantaggi per località come le nostre. Finanche l'atavica mancanza di mezzi di trasporto può non essere più un limite invalicabile, infatti è stato studiato che i turisti, a causa del **covid**, preferiranno spostarsi più in auto e meno in treno o aereo. Allora, la provincia di Crotona può diventare improvvisamente più raggiungibile di altre mete, abitualmente più gettonate".*

*“Infine, altra tematica da non sottovalutare è il digitale. Oggi siamo stati costretti ad una iniezione di digitale, e, infatti, tra i nuovi turisti vi sono anche lavoratori in smart working. Anche su questo bisogna attrezzarsi e far sì che ci siano le dovute infrastrutture di rete per consentire la connettività sul posto”.*

*“La Camera di commercio di Crotone sta avviando numerose attività in tema di turismo, tra cui un importante progetto triennale, nonché la stesura di un piano strategico di sviluppo del turismo relativo alla provincia di Crotone che coinvolgerà anche le altre istituzioni e gli operatori del settore – conclude il Presidente della Camera di commercio Alfio Pugliese – Il turista va alla ricerca di esperienze uniche, dobbiamo capire cosa oggi siamo in gradi di offrire e valorizzare tale offerta”.*