

I trulli non sono Capri Perché la **Puglia** frena

di **Salvatore Avitabile**

L'industria turistica è un settore strategico del tessuto economico pugliese. Nel 2018, secondo le previsioni Ipsos sulla base dei dati Istat, il comparto ha avuto una produzione di circa 6 miliardi di euro tra l'8,5 e il 9,1 per cento del Pil relativo contro il 3,4 per cento del 2006. Nel 2019, nonostante un calo fisiologico di presenze per la concorrenza dei mercati turistici dell'est europeo e del mar Rosso come Sharm el-Sheikh, il trend resisterà. La Puglia vola nel turismo, soprattutto straniero. Ai vacanzieri piace non solo il mare ma anche i beni artistici e culturali. Musei, gallerie, castelli, frantoi ipogei, torri costiere, chiese e palazzi barocchi: un patrimonio inestimabile, dal Gargano al Salento, che potrebbe competere con le località d'arte più importanti di Italia.

Potrebbe, ovviamente, perché la realtà è un'altra. Con il boom del turismo ci si sarebbe aspettato anche una crescita delle quotazioni immobiliari delle case. Le località di pregio, di solito, garantiscono anche un considerevole aumento dei prezzi per l'acquisto degli immobili. Purtroppo in Puglia non è così. Secondo l'Osservatorio nazionale immobiliare turistico 2019, realizzato da Confcommercio in collaborazione con Nomisma, nessuna città pu-

gliese si trova nei primi posti a livello nazionale per le quotazioni immobiliari di case vacanza. La Puglia ha fatto registrare un calo dell'1 per cento delle quotazioni immobiliari sugli immobili nelle località turistiche mentre la Basilicata ha avuto una flessione dello 0,5 per cento. Leggendo la graduatoria stilata dagli analisti dell'Osservatorio, al primo posto c'è Capri con 12.700 euro al metro quadro. Poi ci sono Forte dei Marmi (12.600), Madonna di Campiglio (12.400), Santa Margherita Ligure (12.300), Courmayeur (11.000), Cortina d'Ampezzo (10.700), Selva di Val Gardena (9.900), Porto Cervo (9.400), Anacapri (8.900), Ortisei (8.900), Porto Rotondo (8.500), Corvara (8.400) e Sirmione (8.100). Tutte mete turistiche di grande pregio, sia per il mare che per la montagna. Ma, escluse le località montane, è possibile che in Puglia non esistano aree che possano competere? Qui le quotazioni immobiliari su case vacanza superano appena i 2 mila euro al metro quadro solo a Gallipoli, Otranto e Polignano a Mare. Non arrivano alla quota invece Ostuni, il Gargano, le Tremiti. Mi chiedo: queste località, scelte ogni anno da vip, politici e facoltosi imprenditori non solo italiani, cosa hanno in meno rispetto a Santa Margherita Ligure, Porto Cervo e Porto Rotondo? Perché il gap sulle quotazioni immobiliari è così ampio? Il business delle compravendite, se calibrato sul trend indicato dall'Osservatorio nazionale di Confcommercio in collaborazione con Nomisma, potrebbe

ancora di più portare ricchezza e benefici economici al territorio. La domanda è: ma la Puglia davvero si sa «vendere»? In termini di turismo, la Puglia ha beni notevoli: il suo clima, la sua cultura specifica, le sue città, la sua posizione geografica. Il turismo si è sviluppato molto in Puglia, grazie alle bellissime spiagge del Gargano, alle Isole Tremiti e al fascino del Salento. La Puglia spesso viene citata modello di bellezza con i trulli nella Valle d'Itria, tipiche case con tetto conico, risalenti al XVI secolo. E poi ancora il centro storico di Ostuni, il gioiello barocco che è Lecce. Bari è famosa per la Basilica di San Nicola, il centro storico, con il caratteristico Borgo Antico.

Insomma, in Puglia le località di pregio ci sono. E sono anche tante. Ma purtroppo la regione non si sa «vendere» e non riesce a colmare il gap. Colpa delle istituzioni? Colpa degli imprenditori? No, forse è solo una questione di mentalità culturale che rende la Puglia «periferia» rispetto al resto del Paese. Un limite da superare. Per crescere e fare business.

L'appel a singhiozzo

Nonostante beni culturali, mare e l'arrivo di tanti vip il business delle case vacanza non traina il comparto



Peso: 54%



Peso:54%