IL TURISMO TARGATO ITALIA

III Conferenza Italiana per il Turismo

30 settembre – 1 ottobre 2006
Montesilvano - Pescara

Intervento del Dott. Marco Di Lello
Assessore al Turismo Regione Campania

REGIONE
ABRUZZO

III CONFERENZA ITALIANA PER IL TURISMO

30 settembre – 1 ottobre 2006

Montesilvano-Pescara

Relatore:

Marco Di Lello – Assessore al Turismo Regione Campania

Siamo ormai alla conclusione di questa conferenza, credo che tutti possiamo darne un giudizio utile e positivo.

A me il compito è di una breve riflessione in materia di governance del settore turistico in Italia, che assume un aspetto di particolare rilievo strategico, in un momento ed in un contesto competitivo globale come quello attuale, caratterizzato da cambiamenti bruschi e repentini, e da un crescente grado di complessità, sia dal lato della domanda turistica che dell'offerta.

Noi non abbiamo timore di sottolineare come i problemi di governance del turismo richiedano una guida strategica unitaria a livello nazionale, poiché l'estendersi dei mercati di riferimento anche a zone molto lontane e l'internazionalizzarsi della concorrenza, esigono unitarietà di strategie e concentrazione nell'uso delle risorse.

Di queste esigenze, sia pure con molto ritardo, sembra essersi reso conto il nostro paese, con la riforma dell'ENIT, la creazione di un organo di politica del turismo, braccia operative del Governo e delle Regioni.

Si è così oggi venuto a formare un diverso e più convincente assetto istituzionale, e noi siamo convinti che sull'efficace coordinamento Stato – Regioni e sulla collaborazione interregionale questa nuova governance fonderà la sfida di un rilancio sostanziale e durevole del sistema turistico italiano.

E con la chiarezza dei rapporti che deve contraddistinguere le parti all'interno di un patto, io credo che la introduzione della tassa comunale di scopo sia sbagliata nel merito, come sottolineato da Venturi, Iannotti Pecci, Bernabò Bocca, ma anche nella forma, perché contrasta con l'attuale assetto costituzionale, e noi, caro Vice Presidente non abbiamo nessuna voglia di ricominciare, come è stato nei cinque anni scorsi, la battaglia a suon di ricorsi.

Noi siamo qui perché vogliamo lavorare insieme, e ci aspettiamo un segnale positivo da parte del governo nell'evolversi della Finanziaria.

Una delle sedi concrete del patto sarà certamente la neonata agenzia ENIT, che dovrà avere un ruolo determinante nel coordinamento delle iniziative promozionali, svolgendo una funzione di ausilio e di accompagnamento all'insieme delle Regioni, nella individuazione di attività idonee alla penetrazione di vecchi e soprattutto nuovi mercati.

E ancor più significativo dovrà essere il ruolo di rigorosa selezione insieme alle Regioni, della sinora incontrollata moltitudine di proposte promozionali che pervengono da ogni parte del nostro territorio, da parte di molteplicità di Enti Locali, Camerali, Società ed Agenzie Pubbliche, che si propongono come soggetti autonomi e solitari, in velleitarie azioni promopubblicitarie prive di alcuna possibilità di effettivo successo.

L'ENIT dovrà far sì che non si continui in uno stato un Sindaco di un Comune di mille abitanti, o un Presidente di Comunità Montana o un Consigliere di Camera di Commercio un mattina si sveglia e decide di regalarsi un magnifico viaggio premio sotto la voce promopubblicità.

Ma occorrerà dotare l'agenzia di risorse adeguate per il rafforzamento del marchio Italia, ombrello fondamentale per qualunque attività promozionale da parte delle Regioni, così come occorrerà lavorare in sinergia, utilizzando al meglio il sistema di presenza del nostro paese all'estero, coordinandosi con le attività dell'Istituto di Commercio Estero, degli Istituti Italiani di Cultura, delle Camere di Commercio all'Estero, delle stesse ambasciate: troppe volte sono state queste potenzialità non colte.

E l'ENIT dovrà avere anche il ruolo importante di armonizzazione dei sistemi di classificazione, perché è evidente che un turista viene in Italia, e non è possibile che un quattro stelle di Pescara equivalga ad un tre stelle di Napoli o ad un cinque stelle di Milano.

Per far questo occorrerà anche e soprattutto una riqualificazione dell'intera classe dirigente, capace di un profondo cambio di mentalità rispetto al passato, verso forme sempre più strette di collaborazione tra le Regioni; un'economia forte è sempre il frutto di efficaci sinergie tra imprese, tra settori economici, tra culture omologhe.

Tutto ciò vale a maggior ragione nel comparto pubblico, dove le sinergie internazionali e di filiera sono alla base del vantaggio competitivo.

Coordinamento, collaborazione ed integrazione possono già oggi essere componenti fondamentali nello sviluppo del settore, perciò appare auspicabile il rafforzamento del Comitato Nazionale del Turismo che dovrà avere poteri effettivi di coordinamento anche nei tanti campi che interferiscono con l'offerta turistica, dalla sicurezza, ai trasporti, alle infrastrutture, alla cultura.

Così come nel campo dell'economia della conoscenza è evidente che lo strumento che dovremo sempre più imparare ad utilizzare è internet.

Come si può pensare d'altra parte che ogni Regione abbia il proprio portale, il proprio marchio, il proprio slogan slegato dal sistema Italia?

Come si può pensare di catturare l'attenzione di turisti stranieri se il portale turistico è costituito solo in lingua italiana, come pure è emerso dalla ricerca Ambrosetti?

E allora, l'utilizzo ottimale del web deve essere un momento unificante sul piano internazionale, e le parole del Ministro Nicolais sono positive in questa direzione.

Seppure in un contesto istituzionale profondamente mutato non si può non far riferimento alle legge 135/2001 che pure ha segnato un punto di avanzamento, collegando lo sviluppo turistico del paese alla logica sistemica.

E su questa materia dobbiamo interrogarci, perché è palese il rischio di vedere proliferare le richieste di costituzione di sistemi turistici locali, con l'obiettivo di ottenere fondi in termini di contributi.

Bisogna allora favorire la nascita di contesti integrati, che si sviluppino o siano già sviluppati secondo una logica distrettuale, occorrono pochi ma veri STL, ma soprattutto senza sovrastrutture, senza Consigli di Amministrazione.

Già qui sopra siamo troppi e tutti solisti, proviamo almeno a diventare orchestra.

È necessario allora che ogni STL diventi una destination, ossia un luogo per attrarre autonomamente domanda.

Tale approccio implica il collegamento dell'aspetto territoriale con quello tematico, dal turismo culturale a quello balneare, enogastronomico, fieristico-congressuale, e così via.

Ciascuna STL dovrà avere al massimo uno, due, prodotti trainanti all'interno di una strategia regionale.

D'altra parte la stessa legge quadro evidenzia che le finalità degli STL devono essere:

- sostegno all'attività e processi di aggregazione e integrazione tra le imprese turistiche;
- l'attuazione di interventi intersettoriali infrastrutturali necessari alla qualificazione dell'offerta.

Il fatto che molte delle nostre Regioni abbiano una plurivocazione turistica, se rappresenta un punto di forza in termini di varietà di risorse a potenziale attrattività turistica, è anche un elemento di maggior complessità nella pianificazione e nel controllo degli interventi.

In tal senso allora prevedere d'incentivare l'istituzione, accanto ai sistemi turistici locali, di club di prodotto, consorzi pubblico/privato che presentino un carattere tematico collegato alla tipologia di risorse e fattori di attrattiva da valorizzare, può rappresentare una strada utile da sperimentare.

Ancora una nota dolente che spesso viene evidenziata dai nostri ospiti, riguarda il tema dell'informazione e dell'accoglienza, soprattutto sul versante pubblico.

Allora obiettivo su cui investire deve essere quello della'innovazione tecnologica degli uffici informazione e di accoglienza dei turisti, il loro coordinamento, la promozione del marchio telematico e, punto cruciale, la riqualificazione dell'offerta che non può prescindere da un forte investimento sulla formazione degli addetti e sullo sviluppo della cultura dell'accoglienza.

Anche su questo'ultimo aspetto gli organi regionali ricoprono un ruolo estremamente delicato ed importante, su cui si giocherà la partita competitiva dei prossimi anni.

Nel nostro paese siamo di fronte ad un'offerta turistica drammaticamente polverizzata, piccolissime, piccole e medie imprese che non potranno sopravvivere se continueranno ad operare a livello individuale, senza investire in formazione professionale, in marketing e pubblicità ed innovazione tecnologica.

Le strade davanti in questo senso sono due:

- incentivare gli investimenti, anche stranieri, di qualità;
- incentivare la collaborazione interimpresa, in modo da formare quella massa critica necessaria per assumere coerenti livelli di competitività a livello internazionale.

In questa partita è importante sottolineare come le imprese private debbano fare la propria parte, cioè investire per avviare percorsi sani di sviluppo imprenditoriale e manageriale.

Bisogna collaborare tra pubblico e privato per raggiungere l'obiettivo comune che è il generale miglioramento della competitività delle Regioni e quindi dell'intero paese.

Gli stessi progetti interregionali, che dovrebbero rispondere ad un disegno unitario e coordinato anche al fine di evitare la sovrapposizione d'interventi e la polverizzazione delle iniziative, noi non abbiamo paura a sostenere che devono essere maggiormente selettivi.

Nella mission di questi progetti dovrà prevalere il carattere promozionale, laddove le Regioni nel loro insieme si candidano a divenire destinazione, come potrebbe essere ad esempio la creazione di un'offerta sud Italia, o Roma e la Toscana, o Venezia e nord est.

Concludo: le Regioni devono realizzare una politica del turismo mirata sul territorio in termini di potenziamento e riqualificazione dell'offerta attraverso la logica sistemica che non ripeta, però, gli errori passati, proliferare di sigle associative, iniziative, STL, ma agisca su specifici fattori di sviluppo, rendendo il coordinamento interregionale basato su di una promozione intelligente, precisa, mirata territorialmente all'interno del Sistema Italia.

Solo in questo modo potremo parlare dello sviluppo turistico dell'intero paese Italia, solo facendo squadra.

Veniamo da cinque anni di assenza totale di politiche nazionali per il turismo e di un iperattivismo delle Regioni in assenza di un quadro unitario; sono stati anni in cui abbiamo perduto molto tempo e tanta strada, ora è venuto il momento di correre, buon lavoro.