

Ischia: I sistemi turistici locali, una risposta costruttiva alla devolution ?

Scritto da Tina Talierno

Martedì 27 Dicembre 2005 18:34 - Ultimo aggiornamento Giovedì 25 Aprile 2013 17:14

Ischia: I sistemi turistici locali, una risposta costruttiva alla devolution ?

La globalizzazione dell'economia turistica, il superamento dei confini esistenti sulla carta e nella mente, a favore di un'unità che parte dal passato e crea il futuro.

La riforma della legislazione nazionale del turismo, varata mediante la Legge 135 del 29 marzo 2001, riprende un orientamento già presente tra gli anni '70 e '80: la strutturazione dei Sistemi Turistici Locali, "...contesti turistici omogenei o integrati, comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a regioni diverse, caratterizzati dall'offerta integrata di beni culturali, ambientali e di attrezzature turistiche, compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e dell'artigianato locale, o dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate".

Un concetto, questo, in netta contrapposizione con l'idea "classica" del turismo, secondo cui ogni destinazione sia un'entità a sé stante, scissa dal territorio in cui è situata e senza punti di contatto di tipo culturale, storico, archeologico, ambientale, sociale, religioso. In questa direzione è andata l'approvazione da parte della terza commissione del consiglio regionale in Campania del testo di riforma della legge regionale sul turismo, avvenuta l'11 marzo 2004, che ha generato anche l'Agenzia Regionale del Turismo, responsabile della promozione unitaria dell'offerta turistica della regione. Fra i punti della riforma, l'istituzione dei Sistemi Turistici Locali, la (avvenuta) creazione di un Osservatorio turistico regionale e l'istituzione dalla carta dei diritti del turista.

Ma cosa si intende in realtà per Sistemi Turistici Locali, spesso indicati con l'acronimo STL? Si tratta in effetti di riconoscere ciò che già esiste e che prescinde dai confini geografici e politici, fondandosi invece sulla storia: una comunanza di caratteristiche sociali, culturali, architettoniche, morfologiche, enogastronomiche, che crea un'identità comune, un serie di "eliche" che conducono ad un unico DNA. Una metafora utile a chiarire il concetto di STL è internet, la Rete per eccellenza: il lavoro che svolge il meta-motore di ricerca, quando gli si chiede, attraverso le parole-chiave, di cercare determinati siti, è proprio quello di raggruppare i risultati per attinenza di contenuti, per associazione d'idee, in modo da fornire all'utente un insieme coerente e funzionale. Ciò che internet offre virtualmente, gli STL possono offrirlo realmente, fondendo le loro comuni identità e creando percorsi legati da un fil rouge, da un senso che rende ciascuno unico e irripetibile. Le Regioni sono chiamate a svolgere un ruolo chiave, poiché l'art. 6 della citata Legge prevede che queste definiscano "...le modalità e la misura del finanziamento dei progetti di sviluppo degli STL, che perseguono, in particolare, le seguenti attività:

- sostenere attività e processi di aggregazione e di integrazione tra le imprese turistiche, anche in forma cooperativa, consortile e di affiliazione, sensibilizzando quindi gli attori del turismo affinché uniscano le loro forze per un fine comune;
- attuare interventi intersettoriali ed infrastrutturali necessari alla qualificazione dell'offerta turistica e alla riqualificazione urbana e territoriale delle località ad alta intensità di insediamenti turistico-ricettivi, definendo migliori parametri di riferimento, in modo da ottenere standard

Ischia: I sistemi turistici locali, una risposta costruttiva alla devolution ?

Scritto da Tina Talierecio

Martedì 27 Dicembre 2005 18:34 - Ultimo aggiornamento Giovedì 25 Aprile 2013 17:14

qualitativi superiori;

- sostenere l'innovazione tecnologica degli uffici di informazione e di accoglienza ai turisti, con particolare riguardo alla promozione degli standard dei servizi al turista, ponendo l'accento sull'importanza fondamentale della circolazione delle informazioni, senza le quali molte località di per sé valide restano cattedrali nel deserto;
- sostenere la riqualificazione delle imprese turistiche, con priorità per gli adeguamenti dovuti a normative di sicurezza, per la classificazione e la standardizzazione dei servizi turistici, con particolare riferimento allo sviluppo di marchi di qualità, di certificazione ecologica e di qualità, e di club di prodotto, nonché alla tutela dell'immagine del prodotto turistico locale. Una verifica sul campo dell'offerta, in termini di infrastrutture, servizi, tutela dell'ambiente, corrispondenza alle rispettive categorie e qualità del vivere dell'area;
- promuovere il marketing telematico dei progetti turistici tipici, per l'ottimizzazione della relativa commercializzazione in Italia e all'estero. Elemento imprescindibile, la presenza sul web di ciascun STL, con un'immagine coerente e ricca di contenuti, buoni posizionamenti nei motori di ricerca e funzionalità reale del sito (caratteristica a volte carente).

Tuttavia, il cambiamento culturale necessario per smettere di pensare in termini di località e passare agli STL richiede un ulteriore aggiustamento del tiro: la consapevolezza di cosa e quali siano realmente le imprese turistiche. L'art. 7 lo chiarisce, definendo tali "...quelle che esercitano attività economiche, organizzate per la produzione, la commercializzazione, l'intermediazione e la gestione di prodotti, di servizi, tra cui gli stabilimenti balneari, di infrastrutture e di esercizi, compresi quelli di somministrazione facenti parte degli STL, concorrenti alla formazione dell'offerta turistica". Potrebbe sembrare ovvio, se non fosse che nell'immaginario collettivo si pensa invece sempre e solo agli alberghi e alle agenzie di viaggi, non considerando che tutti noi contribuiamo al turismo, poiché il turista, come ogni essere umano, ha tutte le esigenze appunto umane, dal nutrirsi (pensiamo al grossista alimentare, ma anche alla pescheria, al fruttivendolo, al vivaio) al vestirsi (negozi e sartorie), al divertirsi (concerti, night club, discoteche, ristoranti, cinema, internet caffè), al coltivare i propri interessi culturali (musei, librerie, gallerie d'arte), ad avere un mal di testa o un raffreddore (farmacie, ma anche ospedali, presidi sanitari, ambulatori medici), a spostarsi sul territorio (trasporti, ma anche fornitori di carburante, tipografie per le stampe dei biglietti). L'elenco può essere infinito: perché le infrastrutture siano efficienti occorrono squadre di elettricisti, idraulici, muratori, giardinieri; perché i centri di raccolta, elaborazione e produzione dati delle infrastrutture funzionino occorrono reti di computer, periferiche, risme di carta, cartucce e quant'altro; per redimere le controversie tra il turista ed il fornitore di un determinato bene o servizio occorrono gli avvocati... Possiamo quindi definire operatore turistico un fruttivendolo, un medico, un programmatore, un idraulico, un panettiere, un avvocato ecc.? Sì, non solo possiamo, ma dobbiamo, al fine di acquisire una nuova visione del turismo, in cui ciascuno si senta parte in causa e concorra al miglioramento del proprio Sistema Turistico Locale.