

PER UN'OSPITALITA' ITALIANA PIU' SOSTENIBILE E COMPETITIVA. NOTE PRELIMINARI¹

Francesco Adamo,
Geoprogress (Onlus)

Quale ospitalità per un turismo più sostenibile e competitivo? Dalle risposte a questo quesito dipendono largamente le politiche che si ritiene debbano essere attuate per il progresso del turismo. Contributi in tal senso sono stati proposti a queste Giornate di studio e numerosi altri sono già pubblicati negli *Annali del turismo*, come in altre riviste e monografie di studi sul turismo che per fortuna vanno crescendo anche in Italia e ci si aspetta che permettano risposte sempre più soddisfacenti. A questo scopo interessano soprattutto gli studi che permettono d'evidenziare, relativamente a ciascuno dei principali tipi di turismo, i caratteri delle destinazioni con più alti valori di ospitalità e maggior successo. In questo intervento introduttivo non tenterò di sintetizzare sotto questi aspetti i risultati degli studi esistenti, limitandomi a rinviare ad essi e sottolineare che in tal direzione occorre continuare a studiare, né quindi tenterò di dare risposta al quesito che ho posto e che sarà oggetto dei contributi che ricercatori, operatori e decisori pubblici vorranno apportare al dibattito di questo convegno o proporre alla rivista di Geoprogress.

Tenuto anche conto delle due importanti sessioni di oggi sulle politiche di pianificazione della crescita dell'ospitalità e di un turismo sostenibile e competitivo, che presuppongono le suddette risposte, vorrei sottoporvi piuttosto qualche breve annotazione sulle condizioni preliminari per realizzare un'ospitalità più sostenibile e competitiva; nonché esplicitare qualche concetto (come ospitalità, turismo, sostenibilità..) che sembra talvolta dato per scontato, ma che resta ambiguo e può dar luogo a differenti interpretazioni della realtà.

Ospitalità turistica.- E' un concetto che va oltre la *ricettività*, la quale dipende solo dalle strutture e dai servizi per il soggiorno e specificamente il pernottamento. L'ospitalità riguarda molti altri elementi della destinazione: l'intero sistema di produzione propriamente turistica e importanti elementi del suo ambiente (inteso come l'insieme degli elementi che condizionano lo sviluppo del sistema), specificamente gli elementi con i quali il turista entra in contatto e divengono parte della sua esperienza turistica. E' intanto su tutti questi elementi, e non solo su alberghi e simili, che occorre agire per accrescere i valori d'ospitalità della destinazione ed anche la sua competitività - rispetto a destinazioni con simili "attrazioni principali", intendendo tali quelle che motivano lo spostamento temporaneo dalla propria residenza.

I valori di ospitalità e anche solo di ricettività, oltre ad essere fattori di competitività e di progresso della destinazione turistica, sono a loro volta dipendenti dal grado di

¹ Intervento al convegno delle Giornate del turismo 2016 (XV edizione) dal titolo "Verso un'ospitalità sostenibile"(Rimini,13-14 ottobre 2016), organizzato da Geoprogress con la collaborazione di *Rimini Tourism Innovazioni Square*.

sviluppo della destinazione turistica, ragion per cui proporsi la crescita dell'ospitalità è come proporsi la crescita del turismo locale; tanto più se si vuole un'ospitalità più sostenibile che, in ragione dell'attuale crescente domanda, è anche quella che rende più competitiva la destinazione, come pure le singole imprese turistiche. Pertanto, è all'intero ambiente della destinazione - oltre a quello esterno - che occorre prestare attenzione per comprenderne il grado di ospitalità, come per accrescerlo. Non basta considerare solo gli elementi che il turista può percepire: è, per esempio, dalle condizioni delle aziende di credito e/o della tassazione e/o dai servizi educativi e formazione professionale, cioè da elementi che non entrano nella diretta esperienza del turista, che può largamente dipendere la qualità delle strutture e dei servizi ricettivi, come di altre strutture e servizi turistici.

La promozione di una migliore ospitalità, come pure una maggiore sostenibilità e competitività, richiede preliminarmente un'attenta analisi dello sviluppo della destinazione, delle sue risorse attuali e potenziali, della sua domanda attuale e potenziale : un'analisi che si fondi in particolare su un approccio sistemico e quindi tenga conto di tutti gli elementi del sistema e del suo ambiente che è utile richiamare qui di seguito.

Il turismo, quale sistema di produzione turistica. - E' un sistema complesso, multisettoriale, che richiede un coordinamento che il mercato non è in grado di realizzare in maniera ottimale. Schematicamente i principali elementi che lo compongono sono:

1) **Turista**, primo e principale soggetto: infatti, prodotto turistico è l'esperienza del turista (del viaggio e luogo o luoghi di soggiorno), da rendere il più possibile soddisfacente. E' da questa esperienza, oltre dalle soggettività e percezioni proprie dei vari tipi di turista, che dipendono i diversi gradi di ospitalità e anche di attrattività di una destinazione.

2) **Aziende turistiche**, che rendono possibile o facilitando il rapporto del turista con le risorse territoriali che così divengono attrazioni turistiche.

Si tratta di aziende di

a) **servizi generali d'accoglienza**, tradizionalmente considerate turistiche: Agenzie d'informazione turistica, Tour operating e Agenzie di viaggio, Trasporti, Aziende ricettive (Alberghi, BB, camping, residence, albergo diffuso, affitta camere e appartamenti, ecc.) e di ristorazione;

b) **produzione di attrazioni turistiche e/o gestione di risorse territoriali** che vengono così rese fruibili e trasformate in effettive attrazioni (Enti teatrali e dello spettacolo in genere, Musei, Parchi, Siti archeologici, Enti di gestione di servizi per lo sport e Società sportive, Porti da diporto, Aziende di servizi per la balneazione, Terme e SPA, Enti fieristici e congressuali, ecc. Artigiani e società di produzione di beni tipici..)

3) **attrazioni turistiche** del luogo di destinazione. Distinguendole secondo alcune categorie tradizionali le principali sono:

Cultura: Patrimonio culturale, Eventi e attività culturali;

Eventi sportivi e ricreativi: calcio, altri sports popolari

Affari e Studio: Fiere, congressi, incontri di affari, soggiorni di studio .. ;

Mare e laghi: Balneazione e nuoto, diporto, crociera, soggiorni per riposo e clima;

Monti: Sport invernali, Escursioni alpinistiche, Soggiorni di villeggiatura estiva per riposo e clima;

Spazi per Attività sportive all'aria aperta: caccia, pesca, golf, birdwatching, canoa, kayak, rafting, canyoning, ciclismo, ecc.

Terme e SPA: Soggiorni per motivi di salute e per trattamenti estetici;

Religione: Pellegrinaggi e visite a luoghi sacri, ritiri spirituali, soggiorni di preghiera e riposo in monasteri.

L'ambiente del sistema di produzione. - Inteso come insieme di elementi che condizionano lo sviluppo del sistema, questo insieme può essere disaggregato nelle seguenti 4 ampie categorie, per ciascuna delle quali sulla base degli studi sul turismo si indicano qui di seguito le che incidono maggiormente sullo sviluppo della destinazione turistica e la cui analisi condizioni ci permette di comprendere i diversi caratteri che ciascun tipo di turismo assume nelle diverse località in cui è prevalente.

Condizioni

- ecologiche: livello degli inquinamenti, disponibilità d'acqua potabile, situazione sanitaria...;
- socio-economiche: Livello di crescita economica, disponibilità di crediti, stabilità economica, dotazione d'infrastrutture e servizi, qualità della formazione professionale, struttura del mercato del lavoro. livello sicurezza pubblica...;
- ideologico-culturali: cultura dell'accoglienza degli operatori e dell'intera cittadinanza, imprenditorialità, livelli d'istruzione, modelli e metodi educativi...;
- politico-istituzionali: livelli di tutela delle libertà, norme relative ai turisti e alle imprese di servizi turistici, norme e politiche di sviluppo con particolare riguardo a trasporti, ecologia, edilizia e arredo urbano, cultura e spettacolo, sport e ricreazione....

L'analisi delle opportunità e vincoli del territorio della destinazione - unitamente a una dettagliato processo di *audit* turistico, consistente nell'individuazione delle risorse locali e dei segmenti di domanda cui ciascuna risorsa potrebbe interessare e nella successiva definizione del target di turisti che si vorrebbe accogliere - costituisce la base preliminare, da aggiornare con una certa continuità, per realizzare quel processo di pianificazione dello sviluppo della destinazione turistica, indispensabile per un migliorarne l'ospitalità, accrescerne la sostenibilità e competitività rispetto a destinazioni con simile offerta. Come si intende questa pianificazione, perché si ritiene necessaria e quali ne sarebbero i caratteri principali, è opportuno ancora qualche cenno.

La pianificazione sistemica e partecipativa. - Strumento fondamentale di governo del territorio e dello sviluppo del turismo, la pianificazione rende innanzitutto possibile il **coordinamento** (verso uno stesso fine e obiettivi comuni) sia (a) dei soggetti diversi (appartenti a settori economici diversi, anche per finalità) che formano il suo sistema di produzione, che il mercato non è in grado di coordinare in maniera ottimale, sia (b) delle politiche verso i principali elementi dell'ambiente geografico che ne condizionano lo sviluppo.

Per questi compiti occorre affidare il turismo ad **una autorità non solo dotata di una struttura operativa e di un portafoglio** per le politiche rivolte direttamente ai soggetti del sistema turistico, **ma anche di un potere tale da consentirgli**

effettivamente il suddetto coordinamento delle politiche e la promozione di azioni “per” il turismo di competenza di altri membri del governo. Ecco perché anni fa Geoprogress e la maggior parte dei partecipanti alle Giornate del Turismo avevano accolto con favore che la responsabilità governativa del coordinamento delle politiche “per” il turismo (che non riguardano solo le politiche verso i turisti e le imprese di servizi turistici, ma riguardano l'ambiente, i trasporti, l'edificazione e la tutela del paesaggio, oltre altri beni culturali) fosse stata affidata ad un Vice Presidente del Consiglio dei Ministri e dotata di una Direzione all'interno della Presidenza. Un buono strumento per il coordinamento è comunque il “Comitato Permanente di Promozione del Turismo” recentemente costituito.

Governare il turismo e il suo sviluppo, tanto più se lo si vuole sostenibile e quindi competitivo e duraturo, richiede come ho accennato che la **pianificazione** sia intesa come processo continuo, fondato su un approccio sistemico e partecipativo e sostenuto da un **continuo monitoraggio** della destinazione e del mercato.

Questo processo inizia con le analisi della destinazione ed in particolare con l'*audit* delle risorse, di cui s'è detto, analisi che va sottolineato richiedono anch'esse e devono stimolare la partecipazione della comunità locale. Da esse non si può prescindere tanto più passando, come doveroso, da un primo piano strategico a un piano operativo - senza il quale quello strategico è “aria fritta” - passaggio che comporta un cambiamento di scala d'analisi e di forme di partecipazione alle decisioni.

Nel caso dell'Italia, sono state finalmente definite le priorità strategiche nazionali ed è stato redatto ed è in approvazione in questi giorni un Piano nazionale strategico di sviluppo del turismo (PST). E' questa una novità che deve essere accolta con grande soddisfazione, senza se e senza ma: dopo ben sedici anni da quel 2001, in cui si è tenuto il primo convegno che ha dato vita alle Giornate del Turismo, si è approvata la legge 135 del turismo e vari studiosi dentro e fuori delle università italiane sottolineavano la necessità di porre fine ad una crescita del turismo affidata solo alla spontaneità di un mercato che per tanti anni ha creato gravi danni ai paesaggi italiani, alle attrattive e alla competitività turistica del paese.

Su questo piano qui non voglio e non posso entrare nel merito, non conoscendo di esso che comunicati stampa e tanto meno conoscendo le strategie di sviluppo delle altre attività produttive, di infrastrutture e servizi, con le quali confrontare le strategie di sviluppo turistico per verificare eventuali incoerenze e cercare come appianarle. Del PST sapremo certamente qualcosa di più al termine della Tavola Rotonda² di oggi con la partecipazione di un rappresentante del Ministero, della Conferenza delle Regioni e delle principali associazioni del turismo. Dalla stampa sappiamo però che è stato sottoposto a un processo di approvazione democratico, dopo un'ampia consultazione degli interessati, e va democraticamente accettato. C'è solo da augurarsi che il consenso sia tanto ampio da evitare di cambiare linee strategiche ad ogni cambio di governo, come purtroppo s'è potuto constatare in un passato non lontano. Per evitare un tal pericolo, un comitato di promozione dello sviluppo turistico, ad ogni scala geografica, dovrebbe dare maggior peso agli operatori, in particolare di rappresentanti dei loro

² : Tavola Rotonda su “Politiche e strategie per un’ospitalità responsabile. Dal piano strategico al piano operativo”

differenti interessi, e quanto alle istituzioni avere un'adeguata partecipazione di esponenti delle opposizioni. Solo così è possibile tra l'altro un monitoraggio trasparente e in particolare una valutazione dei risultati che non sia un voto a giudizio della maggioranza politica nelle istituzioni.

A partire dal piano strategico, che in genere definisce sono delle mete e delle linee d'azione, occorre elaborare un **piano operativo ordinario**, in cui debbono definirsi alcuni obiettivi precisi e le azioni, i tempi e i costi per raggiungerli, le modalità di copertura dei costi e i soggetti che vi contribuiranno. Come si è già proposto in precedenti incontri alle Giornate del Turismo, questo primo piano ordinario è necessario che sia preceduto nell'immediato da un **piano operativo straordinario**, da redigere e approvare urgentemente, per affrontare:

- 1) le emergenze,
- 2) il lavoro d'avvio del processo di pianificazione partecipativa e sistemica: costituzione comitato e team redazione e struttura del monitoraggio, realizzazione AUDIT delle risorse, e redazione del piano operativo ordinario: definizione obiettivi, azioni di piano per lo sviluppo offerta e per il marketing relativo.

Ribadisco sommariamente, qui di seguito, alcune proposte emerse dai dibattiti in precedenti incontri, proposte che restano attuali e ancor più urgenti.

*Piano operativo **straordinario** (2017-2018)*

a) Emergenze

- 1) Titolo V Costituzione : abolire norme che danno competenza esclusiva alle Regioni nel turismo e altre materie.
- 2) Condizioni ecologiche e paesaggistiche
 - Uso dei suoli: blocco a cementificazione
 - Manutenzione boschi, spiagge
 - Pulizia e arredo urbano
 - Adeguamento strumenti di pianificazione dello sviluppo territoriale: integrazione obiettivi ecologici, paesaggistici, urbanistici e obiettivi dei settori economici
- 3) Condizioni economiche e sociali
 - Riduzione carico totale di tasse che gravano sulle imprese di servizi turistici (specie stagionali), necessaria sia per accrescere possibilità di investire e/o ridurre i prezzi
 - Rinnovamento strutture ed servizi ricettivi (edilizia e impianti, formazione)
 - Riorganizzazione informazione turistica all'estero e in Italia
 - Formazione operatori e educazione dei cittadini alla sostenibilità ecologica e all'accoglienza
- 4) Trasporti
 - Accordi con compagnie aeree per incentivare *incoming*
- 5) Cultura
 - Mettere in sicurezza e rendere fruibili i principali siti archeologici e musei, e monumenti ove è più urgente intervenire

b) Redazione e approvazione di un primo piano ordinario di sviluppo turistico.

6) Piano operativo ordinario (2019-2021)

- Organizzazione comitati nazionale e subnazionali
- Realizzazione *audit* a varia scala

- Elaborazione partecipata e redazione del piano nazionale , articolato per regioni turistiche e itinerari, concordato con le Regioni le quali pure, in questo frattempo, é opportuno che preparino un piano operativo di sviluppo turistico in coerenza con il piano strategico nazionale e quelle azioni del piano operativo nazionale che riguardano il loro territorio e sono state con esse concordate.

Se si ricorda che il meglio è nemico del bene, il piano straordinario può essere elaborato rapidamente, in pochi mesi, dall'attuale Comitato Permanente e mettendo attorno ad alcuni tavoli assieme a rappresentanti di operatori e istituzioni, studiosi, associazioni di cittadini a livello nazionale, regionale e locale. Per ciascuno dei settori d'intervento proposto e/o altri eventuali si tratta valutare le emergenze, individuare le principali urgenze e, in base alle disponibilità finanziarie, stabilire 1-2 azioni fattibili a breve durante il periodo di predisposizione di un sistematico piano operativo. Simile processo dovrebbe essere pure avviato da tutte le Regioni. Alcune azioni, per altro, non richiedono rilevanti investimenti.

Si pensi, ad esempio, alla pulizia delle nostre città, la quale, a parte la dotazione di contenitori adeguati dove mancano e una riorganizzazione dove necessaria del servizio di raccolta rifiuti, richiede soprattutto un mutamento del modello educativo (a scuola e in famiglia), qualche incentivo e, non per ultimo, adeguati controlli e sanzioni. L'esigenza di queste ultime azioni (il "bastone", piuttosto della "carota"), assieme al miglioramento di infrastrutture e servizi collettivi, è evidente anche se si vuole ridurre il caos e i pericoli del traffico urbano, problema che le amministrazioni delle nostre città come in tutta Europa sembra abbiano trovato la soluzione principale nell'uso della bicicletta, limitandosi però essenzialmente a "corteggiare il ciclista" permettendogli tutto e particolarmente a invadere marciapiedi, portici dei centri storici, e altre vie e aree per pedoni. Quando si pensa al miglioramento dei paesaggi urbani certo non bastano, assieme alla pulizia, piccoli interventi di miglioramento dell'arredo urbano o di cura dei giardini, dove ci sono ancora. Tali interventi sarebbero comunque un buon inizio, tanto più quando si è senza soldi, persino nelle periferie delle nostre città i cui paesaggi richiederebbero certo ben altro, dal momento che soffrono di una "miserevole urbanizzazione" propria sia delle aree dove l'espansione edilizia si è lasciata all'autocostruzione, senza adeguati piani regolatori, sia delle principali città del paese dove si è lasciata alla speculazione, favorita nel dopoguerra sino agli anni 70' soprattutto dalla forte pressione di una domanda rigida, ma già allora anche dalla corruzione. Un aspetto che turba i nostri paesaggi urbani e certo colpisce negativamente il visitatore è il disordine edilizio, oltre che del traffico - al punto che sono convinto che la bellezza s'identifichi con l'ordine ed è infatti questo che affascina il visitatore di certe città dell'Europa centro-settentrionale, tanto da dare minor importanza a monumenti storici o artistici. Anche in palazzi di una certa importanza è facile notare l'anarchia ad esempio dell'aspetto delle finestre (oltre che l'altezza degli edifici e le distanze dalle strade) che sono di materiali diversi di costruzione (legno, metalli vari, pvc) e colori diversi, senza contare balconi e terrazzi, verandati e non.

Azioni di controllo e sanzionamento richiedono in ultima analisi un rafforzamento della nostra vita democratica al punto che chi si assume l'onore e l'onere di governare non si riduca a redigere leggi e regolamenti ma li faccia rispettare.

Azioni di ristrutturazione-riqualificazione delle periferie urbane richiederebbe rilevanti investimenti pubblici, che potrebbero essere un volano per la ripresa della nostra economia oltre che indubbiamente all'industria delle costruzioni, che nel lungo termine

potrebbero portare ad un aumento dei redditi e delle entrate dello Stato. Ammesso che questa politica keynesiana possa dare i frutti attesi in tempi ragionevoli, sorgono alcuni dubbi: se e quanto uno sviluppo dell'industria delle costruzioni potrebbe favorire attività qualificate tali da far crescere i salari a livelli e in tempi sufficienti a permettere la copertura degli investimenti necessari; se, soprattutto, questa crescita possa creare la domanda per gli edifici nuovi o riqualificati in quartieri periferici ristrutturati e riqualificati (con spazi verdi, di socialità ecc.).

Ben diversa è la fattibilità economica di alcune azioni essenziali per il miglioramento della dell'ospitalità delle nostre città e destinazioni turistiche e, in particolare della ricettività che ne è la componente centrale. La promozione della rinnovamento delle strutture ricettive e di riqualificazione dei loro servizi è l'idea di fondo di queste Giornate e particolarmente della Tavola Rotonda attorno alla quale, assieme a responsabili della politica per il turismo, Geoprogress ha cercato di far sedere esponenti del mondo della finanza e dell'industria delle costruzioni. In questo caso, è certo pure indispensabile un intervento pubblico, d'incentivazione alle aziende ricettive e di garanzia per gli Istituti di credito, sia per le difficoltà attuali del sistema bancario sia, comunque, per la polverizzazione delle aziende e la difficoltà di dare garanzie per avere i prestiti e soprattutto per il fatto che le aziende non sono sicure di poter restituire i fondi ricevuti in tempi sicuri. Malgrado tutto ciò, gli investimenti nelle strutture e servizi ricettivi servono ad accrescere la qualità di un prodotto che può trovare un compratore e l'investimento pubblico può essere coperto. Si tratta di trovare i necessari meccanismi fiscali e creditizi, ma la domanda c'è!