



*Territorializzare le politiche di coesione e sviluppo con
il decentramento e l'innovazione
amministrativa della PA, regionale e locale
Gli obiettivi del 2014-2020*

Napoli, 26 marzo 2012 – Auditorium Centro Direzionale di Napoli

LA DIMENSIONE ECONOMICO-PRODUTTIVA DEL TURISMO IN CAMPANIA

Giuseppe De Mita – ass. al Turismo

Le analisi più recenti ed autorevoli concordano nel registrare una perdita di posizione competitiva della Campania nel sistema turistico nazionale e mondiale già da un medio periodo.

Nel 2009 uno studio relativo all'economia regionale prodotto dalla Banca d'Italia registrava una riduzione delle presenze turistiche di oltre il 5% - riduzione che si cumulava a quella rilevata per l'anno 2008 – e una importante contrazione della spesa turistica valutata al -12.2%.

Questi pochi dati sono già eloquenti ed indicativi delle difficoltà nelle quali opera il sistema turistico regionale, che per tanti aspetti riflette la difficoltà in cui opera l'intero sistema turistico nazionale e quello europeo, che sta dimostrando di non essere capace di trarre vantaggio dal processo di mondializzazione del turismo.

La difficoltà del turismo in Campania è prodotta dalla somma di problemi antichi e nuovi, strutturali e congiunturali, che oggi vanno individuati e trattati affinché gli attori pubblici e quelli privati possano operare in un contesto chiaro di sviluppo armonico, equilibrato e sostenibile.

La prima criticità va individuata nella sclerosi dell'assetto istituzionale e della governance del turismo in Campania che da molti anni attendono un riordino. La sclerosi dell'assetto istituzionale pubblico ha privato gli operatori e gli amministratori del settore pubblico e di quello privato di linee di azioni e di riferimenti normativi ed ha creato un clima nel quale non sempre si è operato ordinatamente.

E' presupposto primario ed imprescindibile che la Regione Campania tenda verso una migliore gestione dei propri territori, qualificando, riqualificando e tutelando gli ambienti, e verso una più alta qualità della vita delle comunità residenti. La qualità dell'ospitalità campana non deve e non può essere solo una percezione, bensì un esito di processi reali, affinché si passi da un turismo che fruisce velocemente di messe in scena ad un turismo che incontra la realtà autentica, ambientale ed umana.

La crisi in atto dal 2008 sta profondamente trasformando le società europee, che in condizioni economiche mutate esprimeranno nuovi modelli di consumo, nuove aspirazioni e nuovi bisogni, mentre gli Stati stanno già mettendo in atto nuove politiche economiche. Al nuovo turismo bisognerà prontamente rispondere.

Gli enti pubblici, la Regione, e gli operatori privati devono stare attenti a cogliere questi mutamenti, a comprenderli e ad elaborare politiche, perché i Paesi europei restano i più interessati e rappresentano i tradizionali mercati di prossimità. Ancor più importanti se si considera la crisi politica ed economica che stanno attraversando i Paesi della riva Sud del Mediterraneo.



*Territorializzare le politiche di coesione e sviluppo con
il decentramento e l'innovazione
amministrativa della PA, regionale e locale
Gli obiettivi del 2014-2020*

Con il recente più forte ampliamento dei mercati turistici, le raccomandazioni più volte ripetute in ambito di Comunità Europea di rafforzare l'identità mediterranea sono più che mai valide. Nell'evoluzione del turismo italiano – e dunque campano – hanno troppo a lungo dominato la dimensione nazionale ed europea, ma non quella euro-mediterranea. I Paesi che si affacciano sul grande lago turistico mediterraneo sono infatti stati storicamente considerati come competitori e non partner. Le regioni meridionali, ed in particolare la Campania, sono parte integrante di una cultura e di un immaginario turistico che ha la sua centralità nell'area del Mediterraneo. Non comprendere questa appartenenza significa operare in una geografia turistica che non corrisponde né alla realtà presente né a quella storica.

La Campania ha come principale risorsa il suo capitale storico, culturale e paesaggistico. Il turismo è una ricchezza fondamentale per la Regione. Deve puntare ad essere uno strumento davvero efficace di crescita, di promozione e di ricchezza in un Paese avanzato.

Le difficoltà della congiuntura economica impongono uno sforzo in più per raggiungere obiettivi importanti, uno sforzo che rappresenta, però, anche una sfida per migliorare un sistema che, accanto a punti di forza innegabili, presenta numerosi aspetti di criticità. In questo momento è chiaro che la strada per garantire risorse al sistema passa attraverso riforme coraggiose e profonde che sappiano impostare su basi più adeguate lo sviluppo della Campania e rafforzarne la competitività anche su scala internazionale.

Per raggiungere l'obiettivo strategico che è quello dell'emersione con sempre maggiore evidenza della dimensione economico-produttiva del sistema turistico regionale si dovrà procedere su due fronti. Il primo: la riorganizzazione della governance. A questo proposito il disegno di legge regionale di riordino approvato dalla giunta regionale della Campania lo scorso novembre contiene la previsione di realizzare i Sistemi Turistici Locali come superamento dell'attuale organizzazione basata sulla presenza degli EPT e delle Aziende di Soggiorno. I STL rappresentano una modalità organizzativa non rigida, ma di accompagnamento e sostegno delle realtà già mature e di stimolo per quelle aree che candidano il turismo, una modalità che potrà dare evidenza a quanto già si muove sul territorio attraverso forme di collaborazione e di confronto tra i soggetti pubblici e gli interlocutori privati.

Il secondo campo di azione è quello relativo all'orientamento della spesa pubblica e all'utilizzo delle risorse comunitarie. Il tentativo che, in via sperimentale, deve portare nella direzione di indirizzare le risorse verso forme di gestione che si avvicinino alla logica del ciclo produttivo. Un'indicazione che vale in particolare per la fruizione ed il recupero dei beni culturali in chiave turistica. Troppe volte nel corso degli ultimi anni si è assistito all'utilizzo di risorse pubbliche finalizzato al recupero di attrattori culturali che poi non si sono rivelati tali, rappresentando un elemento di ulteriore appesantimento per i soggetti privati, sguarniti di un piano di gestione sostenibile.

Rispetto al sistema turistico, invece, la spesa pubblica dovrà essere indirizzata in particolare all'accrescimento dei livelli qualitativi dei servizi dell'accoglienza, avendo individuato in questo aspetto una priorità sul fronte della competitività del sistema regionale e riscontrando come sia questo un fattore discriminante nelle motivazioni, sempre più individuali, che spingono i turistici a scegliere una località piuttosto che un'altra.



***Territorializzare le politiche di coesione e sviluppo con
il decentramento e l'innovazione
amministrativa della PA, regionale e locale
Gli obiettivi del 2014-2020***

Gli obiettivi operativi dedicati specificamente al turismo, infatti, potranno essere utilizzati, al di là delle azioni dedicate alla promozione e alla valorizzazione, per raggiungere questa finalità che pure ha un carattere strategico nell'azione che si sta mettendo in campo in Regione Campania.

Impostazione molto simile per gli eventi di promozione turistica che vanno concepiti come spesa di investimento per il rafforzamento di un ambito o di un prodotto turistico e che va legata alla realtà economica dell'area, soprattutto in termini di coinvolgimento dei privati. Troppo spesso, nel recente passato, la spesa per eventi ha corrisposto a logiche astratte o episodiche. La promozione, invece, non può e non deve assecondare dinamiche genericiste, ma ha senso solo se concepita come attività di sostegno ad un prodotto, quello turistico in questo caso, verso potenziali acquirenti.

La sfida più alta che bisogna assegnarsi, infine, è quella di contribuire alla definizione di un sistema turistico regionale che sia pronto a competere in mare aperto, dentro un contesto che non è nazionale, ma europeo se si guardano ai flussi turistici intercontinentali e ai mercati emergenti ed in una logica territoriale che assegna alla Campania un ruolo baricentrico all'interno della sempre più rilevante area mediterranea.