

Il modello Stl sotto processo «Bisogna ascoltare il mercato»

Al Summit del Turismo nelle Regioni, organizzato da Aipmt, emerge la necessità di cambiare

“Il fatto che, a dieci anni di distanza dalla loro ideazione, siamo qui a parlare di come i Sistemi turistici locali siano stati recepiti o meno non è di certo un segnale positivo”. Paolo Audino, a.d. di TTG Italia, lancia per primo la provocazione aprendo i lavori del 4° Summit del Turismo nelle Regioni, organizzato da Aipmt alla Fiera di Vicenza con il patrocinio della Regione Veneto. “Il modello - incalza - non era attualissimo neanche allora, e adesso è rimasto unico al mondo”.

Sull'inefficacia del sistema calca la mano Josep Ejarque, presidente Aipmt: “Purtroppo non sta dando il risultato voluto. Bisogna migliorare il nostro operato e trovare insieme dei modelli giusti e condivisi. E lo si può fare ascoltando il mercato e fornendo proposte che siano accettate e desiderate”. Il presidente dell'Associazione italiana professionisti e manager del turismo punta il dito contro un modello di promozione turistica obsoleto e inefficace: “Un Stl che non attragga turisti e che non generi business per gli operatori non ha alcun senso”.

Si apre il processo ai Sistemi turistici locali e i rappresentanti dello Stato prendono la difesa. Caterina Cittadino, capo dipartimento del Ministero del Turismo, ripercorre l'iter legislativo che ha dato vita agli Stl secondo una connotazione costituzionale. “A dieci anni di distanza e nonostante la sua rigidità - sottolinea Cittadino - il sistema si è assestato e consente di promuovere il Paese a livello centrale”. Ma pubbli-



L'era del turismo 'liquido': Italia fuori tempo

Confronto
Il meeting, ospitato alla Fiera di Vicenza e patrocinato dalla Regione Veneto, ha acceso un nuovo dibattito tra istituzioni e operatori

Il cambiamento epocale delle abitudini e delle scelte di viaggio sta obbligando a una svolta, e, sottolineando questo aspetto Josep Ejarque porta in primo piano la necessità di rispondere al mercato innovando. “Il turismo non è più di destinazione, ma di motivazione - dice il presidente Aipmt -, quindi il

concetto è offrire un prodotto che risponda alle richieste del turista di vivere una vera e propria esperienza e di trarne piacere”. “È l'epoca del turismo 'liquido', di un mercato che corre e cambia velocissimamente, mentre l'Italia è statica - accusa Ejarque - e rimane ancorata a un turismo 'solido”.

co e relatori sono compatti: il modello Stl è da correggere. La dirigente ministeriale mostra flessibilità e apre al dialogo: “Un'eventuale revisione del contenuto legislativo non sarebbe mal vista - annuncia Cittadino -. Mettiamo a disposizione, per questo, il nostro know how per dare una mano a una buona idea, a una buona pratica generalizzata”. Audino coglie il messaggio e am-

monisce: “Bisogna dare una forte accelerata al sistema, e la spinta che proviene dalle istituzioni dovrà essere potente”.

La ricetta di Ejarque per l'Stl del futuro mette il mercato sul piedistallo: “Occorre lavorare sul sistema in partnership con gli operatori per guadagnarsi la fiducia degli stranieri e bisogna commercializzare il territorio in modo da aumentare la redditività

media del prodotto turistico”.

Scientificità e unitarietà come basi per costruire - o ricostruire - il sistema turistico. Ne è convinto anche il presidente di Fiera di Vicenza, Corrado Facco: “Credo che la promozione delle risorse di un territorio debba essere fatta in maniera strutturata facendo confluire tutti i fattori e gli attori dell'economia e del territorio”.

Silvana Piana

HANNO DETTO



Josep Ejarque
Presidente Aipmt

“Un Stl che non sia in grado di attrarre turisti e di generare business non ha alcun senso”



Paolo Audino
A.d. TTG Italia

“Già dieci anni fa il modello degli Stl non era attualissimo. Oggi è superato ed è rimasto unico al mondo”

Le riforme delle amministrazioni locali per sviluppare il settore mirano a un dialogo più stretto con le aziende

La svolta di Veneto, Puglia e Sicilia

Virata a tre verso nuovi modelli amministrativi per il turismo. Veneto, Sicilia e Puglia guardano al futuro del settore attraverso la tattica delle riforme.

“La Regione sta mettendo mano alla propria legge di settore per riproporla in chiave moderna” afferma Marino Finozzi, assessore al Turismo della Regione Veneto. “Se vogliamo pensare a una promozione per il futuro, a una strategia che guardi al 2020 - incalza Paolo Rosso, dirigente Turismo Regione Veneto -, allora non ha più senso parlare di Stl”. Condivide la visione secondo cui i Sistemi turistici locali siano un modello superato e, dice, “ci sono altri sistemi più adatti a questo obiettivo”. La riflessione che l'ente sta facendo guarda soprattutto

a rinsaldare il pubblico con il privato per lo sviluppo economico. Sulle linee che vengono adottate per il piano dedicato al turismo “è il concetto di specificità - sottolinea Rosso - quello su cui bisogna lavorare”.

La Sicilia ricomincia dai Distretti. Sulla scena del Summit del Turismo nelle Regioni anche il programma per lo sviluppo turistico dell'isola. “Ripartiamo da zero - dice Giuseppe Costantino, dirigente servizio Distretti turistici Regione Siciliana -. Abbiamo

in corso uno studio della domanda e uno dell'offerta, per riposizionare la Sicilia. Ci stiamo approcciando con un metodo scientifico basato sui distretti: da un lato quelli territoriali, speci-

fici e appartenenti a più province; e quelli tematici, trasversali ai territori. Sul piano della governance, la Regione riconoscerà i Distretti, lasciandoli poi liberi”.

Anche la Puglia sceglie l'autonomia operativa e mette il mercato al primo posto. “Occorre interloquire direttamente con i soggetti privati, è il metodo migliore”, sostiene Federico Massimo Ceschin, consulente strategico del turismo e manager pubblico, ufficializzando la nascita di Puglia-promozione. La nuova Agenzia, strumento operativo delle politiche per il turismo, promuoverà e coordinerà l'accoglienza. Abolisce l'Aret, istituita nel 2002 e mai entrata in funzione, e “avrà una direzione generale - spiega Ceschin - e 6 coordinatori, corrispondenti alle 6 province”.

S. P.

Obiettivo e-governance



Le applicazioni internet migliorano efficienza e rapidità

“C'è un nuovo terreno di gioco per il turismo. È internet, che consente di cambiare e adottare modelli competitivi”. Maurizio Goetz, docente Iulm, dice che il web è la chiave di volta per un turismo efficace e concorrenziale e “per essere rapidi nell'attuare strategie” aggiunge.

“Il turista si è adeguato alle nuove tecnologie, e il settore - avverte Andrea Rossi, docente Iulm e consulente Innovacting -, a sua volta, dovrà adattarsi alla tecnologia 2.0”. Nell'obiettivo entra la e-Governance: “I sistemi - precisa - vanno resi efficienti con tecnologie multilivello”.