

Sviluppo sostenibile e sistemi turistici locali. Spunti di riflessione dall'Europa

Roberta Gemmiti

1. Introduzione

L'istituzione in Italia dei sistemi turistici locali risponde finalmente all'esigenza di riconoscere alla dimensione regionale il ruolo di primo attore dello sviluppo locale che i processi di riorganizzazione economica e territoriale le hanno ormai assegnato da tempo. Al riconoscimento formale, tuttavia, sembra corrispondere una debole capacità di promozione della propria competitività e del proprio sviluppo, soprattutto in chiave sostenibile. E questa fragilità, da un punto di vista squisitamente geografico-economico, si deve all'approccio teorico-metodologico che ha ispirato la legge 135/2001. Il paradigma che ha di fatto orientato la definizione dei sistemi turistici locali appare infatti non perfettamente in grado di realizzare i principi fondamentali dello sviluppo sostenibile (equità, integrità) e degli strumenti utili alla sua realizzazione (partecipazione, partnership, governance). In tutt'altra direzione vanno alcune ricerche che l'UE ha promosso in questi ultimi anni in materia di pianificazione territoriale e sviluppo sostenibile. Dopo aver ricostruito il quadro delle debolezze che sembrano alla base della scarsa efficacia dello strumento del Sistema Turistico Locale, si intendere proporre alcuni spunti di riflessione proprio a partire dai risultati offerti dagli studi europei su quello che potrebbe essere un nuovo modo di intendere la competitività e lo sviluppo turistico sostenibile. Il contributo che la geografia economica può dare nel ragionamento sui sistemi turistici locali in Europa riguarda infatti essenzialmente:

- la descrizione e definizione del concetto di sistema turistico locale per valutarne la idoneità a garantire un elevato livello di tutela ambientale;
- la verifica del rapporto tra sistema turistico locale e specificità territoriali, soprattutto nell'ottica della definizione di sistemi di regole (governance) diversi appropriati e coerenti al territorio anche se all'interno di un sistema di principi comune (sviluppo sostenibile).

2. Turismo e 'locale'

La ricerca di aree geografiche di scala sub-nazionale alle quali riferire gli interventi per la competitività e lo sviluppo non è problema esclusivo del turismo, né nasce da trasformazioni specificamente ascrivibili al settore. E' invece un fenomeno generale di 'territorializzazione' o 'localizzazione' dei processi economici che ormai caratterizza i paesi sviluppati da quasi due decenni.

Come noto, infatti, la globalizzazione dell'economia e degli scambi ha fortemente indebolito la funzione degli Stati nazionali sotto diversi aspetti. Intanto, nella capacità di contrattare con la grande impresa multinazionale che, sotto l'imperativo della flessibilità, distribuisce investimenti in settori e regioni in modo quasi capillare, e mal sopporta le esigenze di stabilità e continuità del paese ospite. Da questo punto di vista la regione (intesa come scala geografica sub-nazionale) risponde meglio al dinamismo e alla domanda di specificità locali posti dalla grande impresa che, relazionandosi con istituzioni locali più consapevoli delle proprie dinamiche, riesce meglio ad indirizzare gli investimenti in aree dotate di strutture potenzialità di sviluppo e flussi commerciali adeguati (Conti, 1995). In secondo luogo per il naturale indebolimento della base geopolitica di riferimento delle aree di influenza che, una volta fondate sulla disponibilità di risorse e materie prime, vie d'acqua navigabili, porti e accessibilità, ora cedono il passo a fattori come la copertura dei satelliti televisivi, la disponibilità di segnali radio, la diffusione di quotidiani e periodici, insomma a tutto ciò che permette l'espansione del flusso informativo su scala mondiale. L'assenza di confini completamente difendibili indebolisce la funzione degli Stati al punto che lo scambio internazionale non avviene più attraverso la fondamentale intermediazione degli Stati-nazione (si immagini la lana inglese o i vini portoghesi) ma direttamente attraverso i rapporti consolidati dalle diverse regioni.

La difficoltà di gestire a scala nazionale un fenomeno che si muove con grande fluidità e su scala mondiale, attraverso strumenti che tradizionalmente sono efficaci all'interno dei singoli confini di Stato, spiega la forza con cui si muovono in quest'epoca le regioni¹, in un processo naturale di ristrutturazione finalizzato a mantenere il controllo sulla crescente interazione tra le economie nazionali, che si traduce in aggregati regionali ai quali vengono demandati poteri e capacità normativa utili a soddisfare le istanze locali e regionali (Lizza, 1999).

D'altra parte, la letteratura economica e territoriale sostiene questo processo di 'localizzazione' dell'economia spiegando, già a partire dall'esperienza della Terza Italia, l'evidente

¹ Come, d'altra parte, il dibattito sul federalismo e la ricerca della sussidiarietà in Europa recepisce l'inappropriatezza di una gestione 'da lontano' di problemi meglio conosciuti e sentiti dalle comunità locali (Prezioso, 1999).

necessità mostrata dalle logiche dello sviluppo e della competitività di agglomerarsi in determinati 'luoghi', dove riuscire a produrre quelle imprescindibili sinergie basate sulla condivisione dei valori, degli scambi 'faccia a faccia', della continuità dei processi.

Di fronte ad un sostanziale accordo sul ruolo che il territorio e le specificità locali giocano nella competizione globale, e nel mosaico con cui si disegna lo sviluppo in questi anni, una questione rimane aperta: di quali territori si tratta, a quale scala geografica debbono essere intesi, quali caratteristiche e componenti fondamentali vanno identificate e sulla base di queste, quali indicatori sono più utili alla concreta analisi ex-ante. Se è infatti vero che questa 'regione' non esiste nei confini istituzionali prestabiliti all'interno di ciascuno Stato ma è una 'costruzione intenzionale' (Dematteis, 1997, pag. 37), un sistema territoriale che fondato su un progetto, è vero pure che il progetto più ambizioso, complesso, condiviso e 'regolamentato', quello dello sviluppo, non può ignorare la già definita articolazione territoriale e istituzionale del territorio.

3. Potenzialità e competitività del turismo

L'attenzione assegnata all'emergere della dimensione sub-nazionale come principale referente dei processi economici e ambito di rivendicazione dei poteri connessi con la promozione dello sviluppo, coinvolge ampiamente il settore del turismo.

Sul piano generale, c'è una grande fiducia in quello che viene individuato come il settore portante dell'economia di questo millennio. Basti dire che secondo le stime del World Tourism Organization gli arrivi internazionali hanno ormai toccati gli 800 milioni, con una crescita continua negli ultimi anni (fino all'11% nel 2004, con un incremento della spesa del 9%). Nonostante una certa difficoltà registrata negli ultimi anni, in Europa il turismo inteso, in senso stretto, crea oltre il 4% del GDP, con circa 2 milioni di imprese che danno occupazione a circa il 4% del totale della forza lavoro; allargando la definizione ai settori ad esso complementari, le cifre del turismo raggiungono l'11% del GDP e il 12% degli occupati.

Figura 1 - La tendenza espansiva del turismo

International Tourist Arrivals, 1950-2005*						
	World	Africa	Americas	Asia and the Pacific	Europe	Middle East
International Tourist Arrivals (million)						
1950	25.3	0.5	7.5	0.2	16.8	0.2
1960	69.3	0.8	16.7	0.9	50.4	0.6
1965	112.9	1.4	23.2	2.1	83.7	2.4
1970	165.8	2.4	42.3	6.2	113.0	1.9
1975	222.3	4.7	50.0	10.2	153.9	3.5
1980	278.1	7.2	62.3	23.0	178.5	7.1
2000	687.0	28.3	128.1	110.5	395.9	24.2
2001	686.7	29.1	122.1	115.7	395.2	24.5
2002	707.0	30.0	116.7	124.9	407.0	28.5
2003	694.6	31.6	113.1	113.3	407.1	29.5
2004	765.1	34.5	125.7	144.2	424.4	36.3
2005*	806.8	37.3	133.5	155.4	441.5	39.0

Fonte: World Tourism Organization, www.unwto.org

I volumi di crescita del turismo mostrano ritmi ininterrotti, che giustificano la fiducia che le istituzioni internazionali e l'UE riservano alle potenzialità di sviluppo delle regioni turistiche. L'UE, in particolare, da sempre si caratterizza come meta privilegiata dai flussi, nonostante i tassi di crescita mostrino la continua erosione da parte dei paesi asiatici, in particolare dell'area sud-est (tabella 2). Dal punto di vista interno, inoltre, i paesi europei mantengono la loro posizione di principali destinazioni turistiche nel mondo, con particolare attenzione alla Francia, alla Spagna e all'Italia che, proprio a partire dal 2004 e con grande risonanza mondiale è stata superata dalla Cina. A parte la Federazione Russa che ha registrato un lieve calo, nel periodo 2003-2004 l'Italia è stata l'unica, tra i primi dieci Paesi più importanti, a registrare una perdita netta in termini di flussi di turisti.

Tabella 2 - Tassi di crescita medi annui degli arrivi turistici 1950-2005

	World	Africa	Americas	Asia and the Pacific	Europe	Middle East
	Change over previous year (%)¹					
Average annual growth (%)						
1950-2000	6.8	8.3	5.8	13.1	6.5	10.1
1950-2005*	6.5	8.1	5.4	12.5	6.1	10.1
1950-1960	10.6	3.7	8.4	14.1	11.6	12.3
1960-1970	9.1	12.4	9.7	21.6	8.4	11.5
1970-1980	5.3	11.6	4.0	13.9	4.7	14.3
1980-1990	4.7	7.8	4.1	9.3	4.1	3.1
1980-1985	2.9	6.1	0.9	7.4	2.7	2.7
1985-1990	6.5	9.5	7.3	11.3	5.4	3.5
1990-2000	4.6	6.4	3.3	7.0	4.1	9.6
1990-1995	4.2	6.1	3.3	8.0	3.5	7.3
1995-2000	4.9	6.7	3.3	6.0	4.7	12.0
2000-2005*	3.3	5.7	0.8	7.1	2.2	10.0

Fonte: World Tourism Organization, www.unwto.org

Le enormi potenzialità del turismo quale settore economico portante in questo millennio e, d'altra parte, l'accendersi della competizione internazionale che accompagna la globalizzazione del turismo e le sue forme di complessificazione e segmentazione del prodotto fanno sì che l'UE assegni al turismo un ruolo importante nella realizzazione di quel modello economico e sociale tutto europeo disegnato a Lisbona². Rilanciata sul piano della competitività e fondata sulla sostenibilità, l'industria turistica, come riconosciuto in una recente comunicazione della Commissione³, può dare un sostanziale contributo alla costruzione della strategia di sviluppo dell'Unione, soprattutto rafforzando la crescita economica e creando migliori e più numerosi posti di lavoro⁴.

² Come noto, in occasione del Consiglio Europeo di Lisbona (23/24marzo 2000) l'Unione si è prefissata un nuovo obiettivo strategico per il nuovo decennio: diventare l'economia basata sulla conoscenza più competitiva e dinamica del mondo, in grado di realizzare una crescita economica sostenibile con nuovi e migliori posti di lavoro e una maggiore coesione sociale.

³ "A renewed EU Tourism Policy: Towards a stronger partnership for European Tourism" del 2006

⁴ Da quasi dieci anni l'Unione Europea lavora intorno al legame turismo/occupazione. Si veda in particolare la Comunicazione "Aumentare il potenziale del turismo per l'occupazione", COM(1999) 205 def.; i risultati dei gruppi di

Tabella 3 - Principali destinazioni turistiche

World's Top Tourism Destinations (absolute numbers)									
Rank	Series	International Tourist Arrivals (million)		Change (%)		Market share 2004*	Population 2004 (million)	Arrivals per 100 of population	
		2003	2004*	2003/2002	2004*/2003				
World		693	764	-1.9	10.2	100	6,377	11	
1	France	TF	75.0	75.1	-2.6	0.1	9.8	60	124
2	Spain	TF	50.9	52.4	-2.8	3.1	6.9	40	138
3	United States	TF	41.2	46.1	-5.4	11.8	6.0	293	17
4	China	TF	33.0	41.8	-10.4	26.7	5.5	1,299	4
5	Italy	TF	39.6	37.1	-0.5	-6.4	4.9	58	64
6	United Kingdom	VF	24.7	27.8	2.2	12.3	3.6	60	50
7	Mexico	TF	18.7	20.6	-5.1	10.5	2.7	105	21
8	Turkey	TF	13.3	16.8	4.3	26.2	2.2	69	26
9	Germany	TCE	18.4	20.1	2.4	9.5	2.6	82	29
10	Russian Federation	TF	20.4	19.9	-3.9	-2.7	2.6	144	244

Fonte: World Tourism Organization, www.unwto.org

4. Il problema della territorializzazione

L'esigenza di territorializzazione dello sviluppo turistico si deve, per una parte sostanziale, alle caratteristiche specifiche del settore. Forse più di altri settori, il turismo si fonda da sempre su risorse e strutture locali e trova nel più moderno processo di evoluzione nuovi motivi di ancoraggio al territorio e alle sue peculiarità.

Il fenomeno è noto: il turismo di massa si è fortemente segmentato, sia nella domanda che nell'offerta, in larga misura a beneficio di forme più varie e particolari, tanto da far parlare di turismo post-fordiano, di *New Age* del turismo (Fayos-Solà, 1994) o di transizione verso un prodotto *di élite di massa* (Becheri, 1998), proprio ad intendere una differenziazione della domanda e dell'offerta verso un bene più originale e composito rispetto a quello tradizionale. E' sufficiente pensare alla riconfigurazione del prodotto sole-mare secondo quel nuovo modello che comprende la conoscenza della cultura locale, nelle sue componenti di ambiente naturale, di storia-arte-architettura, di produzioni artigianali, di patrimoni enogastronomici, per immaginare come la competizione globale si giochi sempre più sulla capacità di offrire un servizio 'unico' nella sua complessità.

lavoro dedicati riassunti nella Comunicazione "Un approccio di cooperazione per il futuro del turismo europeo", COM (2001) 665 def.

Tabella 4 - I motivi del viaggio negli arrivi internazionali

World						
Arrivals by purpose of visit (including estimations for countries with missing data)						
International Tourist Arrivals						
	(million)					
	1990	1995	2000	2002	2003	2004*
Total	437.8	539.6	686.7	706.4	693.2	763.9
Leisure, recreation and holidays	243.5	283.6	351.5	356.3	349.8	383.1
Business and professional	60.4	82.0	112.1	112.9	111.2	119.3
VFR, health, religion, other	86.0	122.8	164.0	176.2	176.1	197.7
Not specified	48.0	51.1	59.0	61.0	56.1	63.8

Fonte: www.unwto.org

Figura 4/a - I motivi del viaggio - Tassi di crescita 1990-2000 e 2000-2004

	Share			Change		Average annual growth	
	(%)			(%)		(%)	
	1990	2000	2004*	03/02	04*/03	90-00	00-04*
Total	100	100	100	-1.9	10.2	4.6	2.7
Leisure, recreation and holidays	55.6	51.2	50.1	-1.8	9.5	3.7	2.2
Business and professional	13.8	16.3	15.6	-1.5	7.3	6.4	1.6
VFR, health, religion, other	19.6	23.9	25.9	0.0	12.3	6.7	4.8
Not specified	11.0	8.6	8.3				

Fonte: www.unwto.org

Le tabelle 4 e 4a mostrano la crescita straordinaria, in termini generali, che la componente delle vacanze e del divertimento ha registrato dagli anni '90 in poi. Nello stesso tempo, poi vale la pena di sottolineare, a conferma della complessificazione del settore turistico, lo sviluppo del comparto

dei viaggi legati al lavoro e, ancora, dagli spostamenti che hanno come scopo la cura della salute, i motivi religiosi, la visita a parenti e amici, e altro.

Quando si parla di complessificazione del turismo in senso qualitativo si vuole intendere che, forse, in questa fase storico-economica a fare la differenza non siano tanto le risorse ‘date’ e ‘materiali’ presenti sul territorio quanto la capacità di crearne di nuove, sia materiali (si pensi al tipico parco tematico) che immateriali (basta ricordare la competizione urbana nell’organizzazione dei grandi eventi). In questo senso, è ancora il territorio a fare la differenza, nella componente costituita dagli operatori e delle istituzioni locali, dalla loro progettualità e capacità di cooperazione.

Infine, il riferimento alla dimensione locale delle politiche turistiche si lega fortemente alla progressiva affermazione del paradigma dello sviluppo sostenibile. Lo stretto legame tra competitività del turismo e integrità/rispetto del patrimonio locale (inteso nelle componenti naturale e antropica) spinge costantemente verso la piena attuazione dei principi della sostenibilità. Proprio la realizzazione di questo paradigma pretende che il processo di sviluppo avvenga dal basso, attraverso: la valorizzazione delle vocazioni proprie del territorio (potenziali, sensibilità positive e negative allo sviluppo, vincoli, opportunità) rispettando l’integrità dell’ambiente naturale ed antropica; il massimo coinvolgimento di tutti i portatori di interessi valorizzandone le capacità creative intorno a specifici progetti (*governance* in senso stretto); la piena realizzazione, dal punto di vista istituzionale, del principio europeo di sussidiarietà (la cosiddetta *multilevel governance*)⁵.

5. Le categorie geografiche ‘del locale’

A questo emergere della dimensione locale nei processi economici corrisponde una letteratura piuttosto vasta, che ricerca la definizione teorica e metodologica delle unità territoriali di riferimento del turismo, intersecandosi a più riprese con gli studi sulla regione geografica ed economica e con i vari strumenti utili alla compartimentazione di spazio e territorio utilizzati dalla geografia come dall’economia regionale e dalla statistica⁶. La domanda cui va data una risposta, valida in generale e nello specifico turistico, è semplice nella sua complessità: qual è la definizione teorica, e di conseguenza lo strumento quantitativo, idoneo a suddividere il territorio nel modo più adatto a promuoverne lo sviluppo (è il caso di aggiungere il termine sostenibile); e qual è la distribuzione dei poteri istituzionali più coerente, alle diverse scale geografiche, con questa stessa esigenza.

⁵ La Commissione dedica molta attenzione, tra gli strumenti su cui puntare nel rilancio della politica turistica, proprio al dialogo e alla partnership con e tra la vasta gamma di portatori di interesse e le istituzioni pubbliche che più da vicino lavorano nel settore, riconoscendo la cooperazione come componente necessaria a tutti i livelli (europeo, nazionale, regionale, locale, pubblico, privato).

⁶ Per questo ci si limita qui a richiamare alcuni degli aspetti ritenuti più utili a questa riflessione. Lavori sistematici sul tema sono quelli di Pearce, 1995; Dredge, 1999.

Se si guarda alle categorie utilizzate nel settore turistico si rimane piuttosto delusi.

Molto diffuso è l'uso del termine di destinazione turistica, concetto che si presta bene per la sua indeterminatezza, anche da un punto di vista di scala geografica (si può applicare all'Europa, ad uno Stato, ad una città..), ma che spesso nasconde una filosofia dello sviluppo fortemente aziendalistica. Genericamente, essa è considerata il luogo che una persona sceglie di visitare, pernottandovi almeno una notte, allo scopo di godere di qualche esperienza, caratteristica o risorsa ritenuta soddisfacente al bisogno di svago. “La destinazione è il luogo in cui si concentra l'attività turistica e a cui viene attribuita un'immagine turistica. Essa è il crogiolo dell'interazione tra gli operatori pubblici e privati in cui è riunita la quasi totalità delle PMI del settore turistico”⁷.

Questa vaghezza del concetto fa sì che si tenda spontaneamente ad identificare l'area con il prodotto turistico, il bene da promuovere e vendere con il territorio che l'ha generato. Un rischio che si palesa nell'applicazione della teoria del ciclo del prodotto alla destinazione turistica, in quello che è un tentativo di schematizzazione più utile alle scelte di marketing che non alla spiegazione dei meccanismi dello sviluppo (Spinelli, 2000)⁸.

Il concetto di regione turistica, dal canto suo, è ancora molto utilizzato, anche se questo non significa che se ne sia raggiunta una concezione condivisa. Le definizioni sono numerose e vanno dall'elencazione specifica dei caratteri richiesti per poter parlare di uno spazio in termini di regione turistica, ai più generali riferimenti ad uno spazio sub-nazionale e sovra-urbano che presenta una dotazione di risorse e di *facilities* sufficienti a renderlo adatto allo sviluppo turistico.

Dal punto di vista dei modelli di analisi della regione turistica, gran parte di essi si dedica a ricostruire l'evoluzione del fenomeno, indagandone le strutture spaziali, le variazioni gerarchiche, la diffusione del trasporto, rimandando quasi sempre ad un'immagine di area polarizzata da una risorsa intorno alla quale lo spazio va lentamente strutturandosi. Ed in questo senso i modelli denunciano chiaramente un approccio funzionale all'interpretazione, con tutte le conseguenze che possono discenderne quando si cerca di trarre da questi modelli indicazioni di *policy* e di pianificazione. L'approccio funzionale diventa infatti particolarmente pericoloso quando la regione viene proposta come unità di pianificazione. Si pensi al modello proposto da Gunn (1993) quando

⁷ “Un approccio di cooperazione per il futuro del turismo europeo”, COM (2001) 665 def. Ma si può citare ancora “Together with the individual service components of the value chain, the destination as a whole forms the overall tourism product” COM (2003) 716 final.

⁸ Ancora, all'indeterminatezza del concetto segue quello della scala di applicazione, per cui si parla di destinazione turistica come paese, come regione, come sito, come città grande o piccola, con qualche complicazione quando a partire da una definizione generica si vuole tentare un approccio pianificatorio addirittura ‘olistico’. Come ben sottolineano Tosun e Jenkins (1996), per parlare di approccio olistico alla pianificazione turistica il decisore pubblico deve essere ben sicuro che tutte le componenti del sistema ricadano nel suo ambito di competenza.

definisce gli elementi che un'area deve possedere, imprescindibilmente, perché valga la pena di proporre un piano regionale di sviluppo turistico:

- un confine regionale *identificabile*;
- l'accessibilità rispetto ai principali mercati e corridoi di circolazione interni;
- un complesso di elementi attrattivi, che possono considerarsi nodi (destinazioni) della più ampia regione turistica;
- un *hinterland* che *non* abbia elementi attrattivi;
- porte di accesso e *gateway* in entrata.

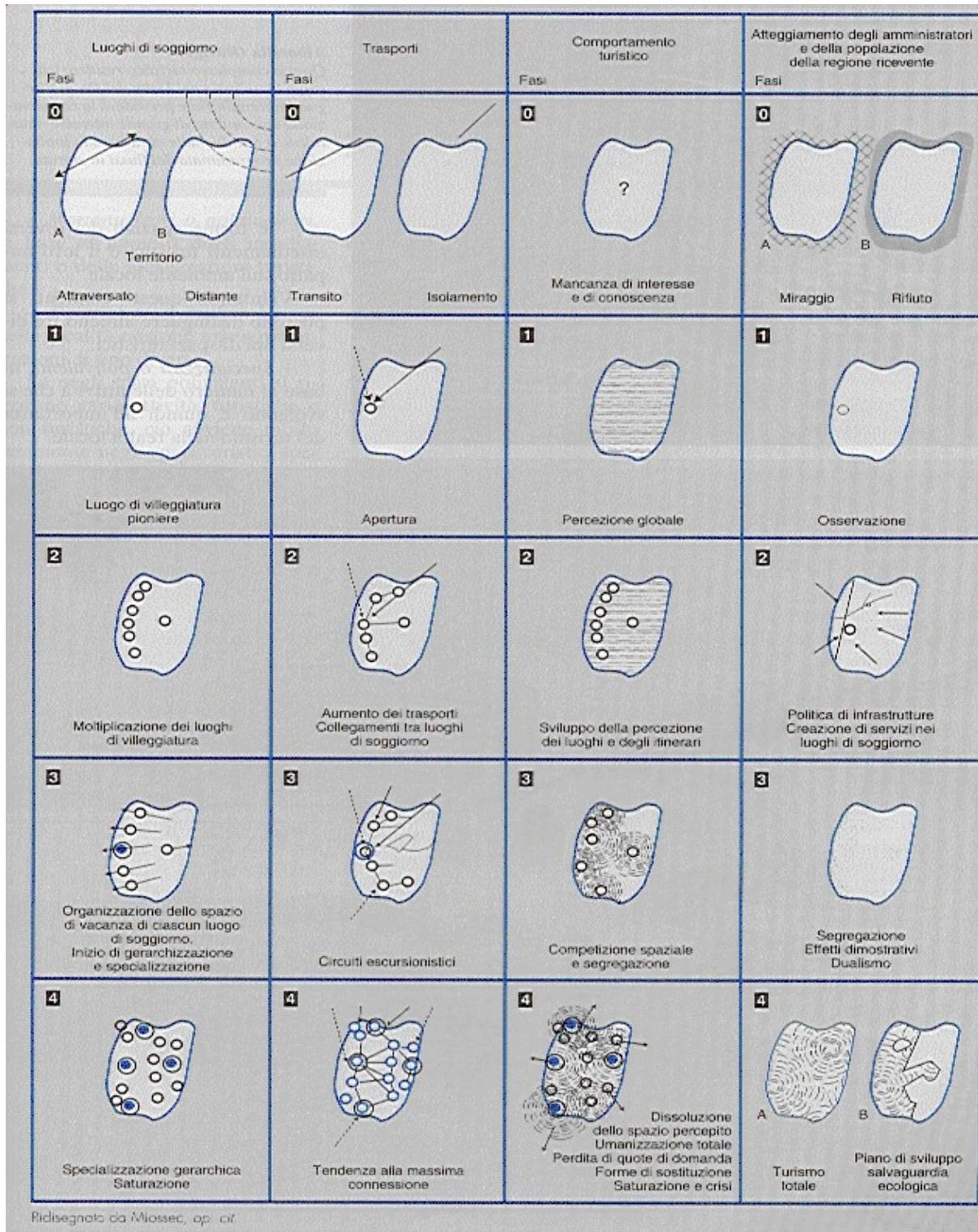
Una sorta di cattedrale nel deserto, monorisorsa, in cui tutto il territorio viene piegato alle esigenze del piano turistico, compreso ambiente naturale, risorse non turistiche, vocazioni produttive e popolazioni esistenti. Caratteristiche simili si ritrovano nel modello di Miossec (1977), che ricostruisce il processo di strutturazione dello spazio turistico intorno ad una risorsa, attraverso le caratteristiche locali, i trasporti, il comportamento dei turisti, l'attitudine del decisore pubblico e della comunità locale (figura 1). L'idea di regione turistica che ne deriva rimanda ad una dimensione spaziale potenzialmente ampia; ad una forte omogeneità introdotta dal processo di diffusione del turismo; alla monosettorialità produttiva dell'area, reale o imposta dal modello; ad uno squilibrio e polarizzazione spaziale sulle risorse su cui finiscono col gravitare tutte le attività connesse al turismo.

Va detto, comunque, che spesso le partizioni geografiche del fenomeno turistico rimandano ad una non ben precisata area di diffusione del turismo, preferibilmente polarizzata da una risorsa naturale o culturale dominante, caratterizzata da una certa densità di operatori turistici o di imprese direttamente o indirettamente collegate al settore.

A questa ipotesi si rifanno i concetti di distretto o *cluster* turistico che, mentre trasferiscono nel settore modelli pensati per l'industria e per il terziario⁹, dettano indicazioni sulle strutture organizzative dell'impresa e del territorio ritenute forse le più utili a promuovere la competitività, lo sviluppo, l'innovazione nel settore (Biondi, 2001).

⁹ E' lo stesso Porter a parlare di *cluster* anche per il settore turistico.

Figura 1 - Il modello geografico dello sviluppo del turismo di Miossec (1977)



Il rimando a queste tipologie di spazi sembra infatti implicitamente suggerire modelli di organizzazione territoriale della produzione che stimolano vantaggi competitivi, in ambiti locali specializzati su una risorsa e sulle attività ad essa connesse.

A parte lo scetticismo che sempre si prova nell'assistere al tentativo di trasferire altrove modelli endogeni e specifici per il territorio che li ha generati, dal punto di vista della geografia i concetti di distretto o *cluster* molto facilmente rappresentano una scala geografica adatta alla realizzazione di progetti ma non alla programmazione dello sviluppo, soprattutto in una fase in cui le trasformazioni del turismo sembrano proprio ampliare la scala geografica del fenomeno (Gemmiti, Conti Puorger, 2001). L'idea del distretto turistico rimanda, infatti, ad un'idea di specializzazione e agglomerazione produttiva che può essere interna ad una grande città, oppure ad un sistema di piccole e medie città, sempre in ambiti piuttosto ristretti visto il connotato di specializzazione settoriale, densità d'impresa e prossimità cui tradizionalmente rimanda.

Val la pena di ricordare come il distretto turistico abbia ritrovato in questi ultimi anni nuovo vigore soprattutto per i suoi addentellati teorici con il concetto di Sistema Locale Territoriale (SLoT). Quest'ultimo si distingue per la presenza delle seguenti caratteristiche (Dematteis, 2001):

- una rete locale di soggetti;
- un significativo *milieu* locale che da un lato rimanda ad una specifica eredità del passato, dall'altro esprime il suo valore nel fatto di essere "apprezzamento razionale e valutazione contemporanee di elementi sociali e storici". Le componenti del *milieu*, che si sedimentano nel corso del tempo, non hanno quindi un valore assoluto, ma veicolano piuttosto diversi e specifici valori in relazione alle dinamiche del contesto sociale e territoriale entro cui sono inserite e alle azioni dei soggetti locali interagenti sul e nel luogo stesso" (Dallari, 2004, p.2).

- un forte rapporto della rete locale con il *milieu* locale e con l'ecosistema;
- un rapporto interattivo della rete locale con reti sovralocali (reti lunghe, cioè a scala regionale e nazionale, a scala comunitaria e globale).

A partire da questo concetto, che rimanda ad uno spessore di relazioni orizzontali e verticali stratificato nel tempo, nelle pratiche e nei valori del luogo, il distretto turistico si può immaginare come un sistema locale specializzato in attività turistiche nel quale lo SLoT costituisce la fase iniziale di un progetto di sviluppo turistico ancorato ad un ambito spaziale (Dallari, 2004).

Gli elementi portanti del progetto sono proprio:

- il sistema, inteso come insieme di attività integrate tra di loro e al territorio, con il coordinamento ed il coinvolgimento del maggior numero degli attori presenti nel territorio;

- il localismo, che esprime il carattere specifico del sistema di ospitalità, che risiede in uno spazio definito e da questo assume caratteri peculiari che derivano dalla valorizzazione della cultura e dei fattori attrattivi che lo caratterizzano;
- l'offerta turistica, ossia la gamma di prodotti turistici, o meglio le diverse parti di un unico prodotto turistico, composta da beni, servizi, fattori di attrattiva di attrattiva sociale, culturale, economica, naturale in grado di soddisfare la domanda globale di visita e soggiorno espressa dal turista (Dallari, 2004).

6. I sistemi turistici locali. Un concetto geografico tradizionale

Se la letteratura denuncia spesso scarsa innovatività nella definizione di unità geografiche cui riferire programmi e progetti di sviluppo turistico, lo stesso (e non poteva essere altrimenti) si riconosce nella legge che nel 2001 ha istituzionalizzato i sistemi turistici locali (STL).

La legge 135/2001 definisce i STL come quei ‘... contesti turistici omogenei o integrati, comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a regioni diverse, caratterizzati dall'offerta integrata di beni culturali, ambientali e di attrazioni turistiche, compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e dell'artigianato locale, o dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate’ (art. 2 comma 1). Si tratta dunque di aggregazioni di territori che, al di là dei confini amministrativi:

- sono omogenei, che in geografia significa avere la stessa natura per la presenza, tipicamente, di un elemento dominante (un carattere geografico, una risorsa turistica) ;
- sono integrati (l'oppure sembra doversi leggere come alternativa), nel senso che pur essendo le singole componenti diverse tra loro comunque esse costituiscono una struttura funzionale.

Dunque una regione omogenea fondata su un carattere dominante di natura storico-artistica, architettonica, naturale, o quant'altro; oppure una regione funzionale, nel senso di insieme di risorse (minori) tenute insieme da tutte quelle relazioni che poi formano l'offerta turistica.

In entrambi i casi, secondo il legislatore, tali contesti turistici sono caratterizzati da offerta composita di beni culturali, ambientali e attrazioni turistiche (che evidentemente è escluso che siano di tipo culturale o ambientale) e integrata sul territorio (anzi nello spazio), con presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate.

La legge definisce dunque il sistema turistico locale seguendo un'impostazione che ad una lettura geografica può dirsi superata. La presenza di un carattere abbastanza diffuso da distinguere un'area da quelle che la circondano, o l'individuazione del sistema delle relazioni economiche che

legano diversi punti nello spazio rappresentandone la struttura portante fa parte di quella scuola geografica funzionalista che ha ceduto il passo ormai da diversi anni all'approccio sistemico¹⁰. Si tratta al più di strutture territoriali, cioè degli insiemi di luoghi/operatori/imprese/risorse che risultano legati da relazioni economiche una volta che siano stati astratti dal territorio; e ciò è estremamente diverso da un sistema territoriale, che si riconosce, in particolare, per il processo che muove i sub-sistemi verso un obiettivo. La più importante conseguenza della scelta del metodo funzionalista è la concreta impossibilità di applicare i principi dello sviluppo sostenibile, sia quando si tratti di rispettare i vincoli e le opportunità poste dall'ambiente naturale ed antropico, sia quando si tratti di sperimentare appieno gli strumenti che tale paradigma prevede¹¹.

Anche quando la legge definisce i criteri di accesso al fondo di cofinanziamento prevedendo che le regioni considerino il grado di innovatività dei progetti, i miglioramenti in tema di ambiente e qualità sono trattati a tutti gli effetti come migliorie del prodotto o dell'offerta locale¹².

Si nota inoltre una identificazione del territorio con il prodotto da commercializzare. Questa è una tendenza tipica delle istituzioni e dei pianificatori in questa epoca della competizione globale. Anche certe correnti della letteratura spingono affinché si pensi al territorio come un bene economico, scegliendo di conseguenza strumenti e obiettivi di pianificazione territoriale che mal si conciliano con le esigenze della società e dell'ambiente locale, ma anche con quelle dello sviluppo economico che poco ha a che fare con la crescita della ricchezza nel breve periodo.

Non è un caso che la legge dimostri scarso interesse per la gestione sostenibile delle componenti ecologica, economica e socio-culturale del territorio. Non vi sono cenni a questo problema¹³ anzi, l'ecosistema naturale ed i beni culturali sono considerati risorse produttive a tutti gli effetti laddove l'articolo 5 li considera elementi costitutivi del sistema turistico locale alla stregua delle più generiche attrattive turistiche.

¹⁰ In realtà, come ben sanno i geografi, i SLT sono in realtà delle strutture territoriali, cioè degli insiemi di luoghi/operatori/imprese/risorse legati da relazioni economiche astratti in modo arbitrario dal territorio; un sistema si riconosce, inoltre, per il processo che muove i sub-sistemi verso un obiettivo.

¹¹ I principi dello sviluppo sostenibile sanciscono il rispetto della: dimensione ecologica, economica, socio-culturale; equità sociale e di genere, interlocale, intergenerazionale. Tra gli strumenti di applicazione: partecipazione; networking e partnership; sussidiarietà.

¹² Ci si riferisce in particolare ai punti b) e d) del comma 4 dell'art.6 :

b) 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;

d) 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.

¹³ Se non nei principi generali laddove si dice che la Repubblica 'tutela e valorizza le risorse ambientali, i beni culturali e le tradizioni locali anche ai fini di uno sviluppo turistico sostenibile' (art.2)

Unico passo in avanti della Legge 135/2001 può considerarsi il riconoscimento del ruolo assunto dalla dimensione locale nella definizione del proprio percorso di sviluppo e nel relazionarsi direttamente con istituzioni di livello via via superiore. Certo è che è tutto piuttosto intuitivo, dato che non ci sono riferimenti al rapporto che il STL intrattiene con i diversi livelli della pianificazione territoriale, né di fatto al tipo di autonomia e funzioni attribuita agli Enti Locali rappresentativi del STL, se non quello del coordinamento e dello stimolo alle partnership col settore privato.

Si deve dunque notare con grande rammarico come l'Italia continui ad ignorare non solo il problema etico posto dallo sviluppo sostenibile, ma anche l'opportunità di definire politiche turistiche che portino alla riconversione dell'offerta verso forme organizzative più innovative e competitive.

Chi crede nella sostenibilità sa ormai bene che si tratta di una scelta fondamentale non soltanto sul piano etico (che riguarda il principio di equità intergenerazionale), ma anche perché consente la piena ed efficiente valorizzazione delle risorse disponibili, dando a ciascun elemento della società e del territorio un'opportunità di sviluppo.

Il difetto dei Sistemi Turistici Locali previsti dalla legge 135 sta proprio nella scarsa capacità innovativa, nel continuare a proporre gli stessi luoghi e gli stessi modelli, quegli stessi che da anni mostrano fattori di debolezza strutturale e forti problemi ambientali. E' difficile immaginare che vi sia qualcosa di più se non la promozione in termini di marketing di regioni turistiche già note sotto slogan nuovi o rinnovati.

Un'opportunità di rivedere il paradigma che orienta le scelte di sviluppo in materia turistica, e ad adeguare gli strumenti a disposizione, ci viene offerta dai risultati di una ricerca condotta a scala europea sul patrimonio culturale e sul grado di sostenibilità del suo utilizzo.

Consapevole dell'importanza di rivedere le basi conoscitive sulle quali formulare le proprie scelte di *policy*, infatti, la Commissione Europea ormai da qualche anno affida a *network* europei lo studio di vari aspetti della pianificazione territoriale, tra le quali appunto le forme di gestione ed uso del patrimonio culturale¹⁴.

Il progetto di ricerca, iniziato in ambito SPESP con il titolo *Cultural Assets*, poi proseguito nel gruppo ESPON sul più ampio tema *The role and spatial effects of cultural heritage and identity* (coordinato dall'Università di Venezia Ca' Foscari), ha prodotto, tra l'altro, un giudizio sulla sostenibilità dell'uso dei siti che offrono risorse turistiche culturali.

Questo risultato è stato ottenuto incrociando quattro diversi indicatori:

- a) presenza e concentrazione (per Km²) dei siti culturali registrati;
- b) presenze turistiche annue in rapporto alla popolazione residente;

¹⁴ Ci si riferisce alla rete SPESP (Study Program on European Spatial Planning) e, più di recente, al progetto/osservatorio ESPON (European Spatial Planning Observation Network, www.espon.lu)

c) ricettività turistica nelle varie forme in rapporto al totale delle abitazioni.

Dalle conclusioni dello studio rappresentate nella fig.1 si legge chiaramente l'esito della politica turistica in Italia e si possono facilmente immaginare le conseguenze di una estensione dei suoi principi alle aree ancora in equilibrio ecologico.

Nelle aree a maggior rischio di compromissione del patrimonio e dell'identità culturale (in rosso) si ritrova, infatti, proprio la maggior parte dei luoghi turistici italiani tradizionali, in particolare nelle aree nord-orientali, con numerose province del Veneto, il corridoio adriatico, le province costiere di Toscana e Lazio, parte dell'Umbria e dell'Abruzzo interno, le due province sarde più note, dove la ricerca rileva una sostanziale modificazione della propria organizzazione sociale a beneficio dello sviluppo turistico. Da notare come non vi siano in Italia aree dove, almeno secondo questa metodologia, il patrimonio culturale non sia già sufficientemente valorizzato (aree in giallo); mentre si rileva con piacere che praticamente tutto il Mezzogiorno, dalla Campania alla Sicilia, denuncia un discreto equilibrio tra uso delle risorse culturali e mantenimento dei livelli di impatto.

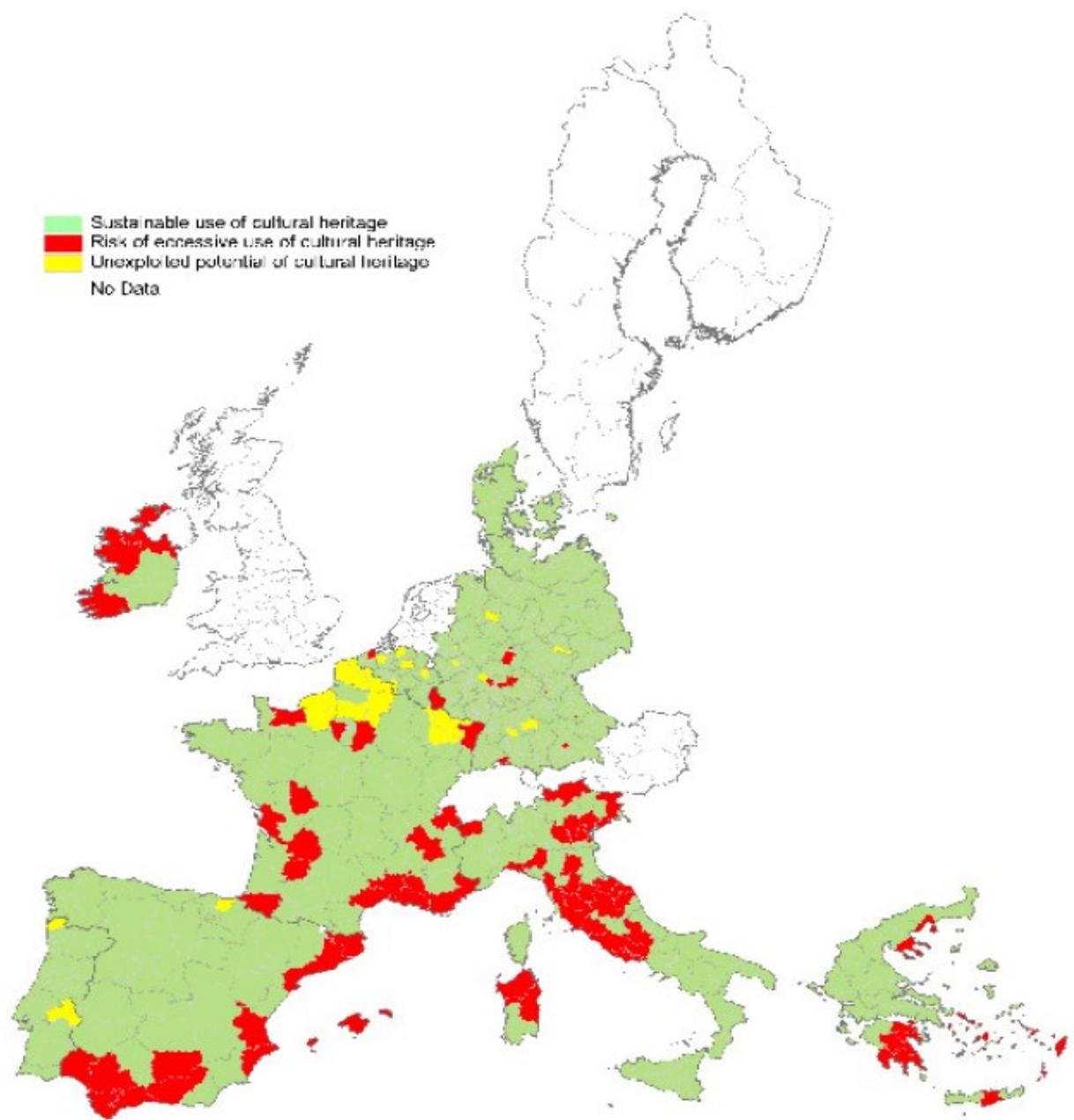


Fig. 2 L'uso "sostenibile" del patrimonio culturale

(Fonte: SPESP, riprodotto in ESPON, Progetto 1.3.3 "Cultural Heritage", Final Report, agosto 2006, p. 44)

7. La visione sistemica che manca

La questione del rispetto dei vincoli posti dall'ambiente naturale ed antropico significa per un geografo molto di più della misura e del rispetto della capacità di carico di un certo luogo; per quanto importante sia, e lo si è appena detto, l'uso delle risorse nel rispetto del principio di equità intergenerazionale, lo sviluppo sostenibile si realizza soltanto quando si offre a ciascuno (persona o luogo o risorsa) non l'opportunità di seguire lo stesso percorso di sviluppo di altri, ma la possibilità di svilupparsi secondo le proprie capacità e possibilità. La realizzazione del principio di equità sociale o di genere e del principio di equità interlocale hanno specificamente questo obiettivo, che si raggiunge soltanto lasciando che sia il sistema territorio ad esprimere i possibili sentieri di sviluppo.

Se l'obiettivo è quello di promuovere il turismo sostenibile, questo breve preambolo si traduce in alcuni principi fondamentali (Godfrey, 1997; Gemmiti, Conti Puorger, 2004) :

- lo sviluppo turistico deve garantire l'integrità delle specifiche risorse coinvolte nel progetto (culturali, naturali, ecc.), come si è detto già nel paragrafo precedente;
- lo sviluppo turistico deve però garantire anche l'integrità complessiva dell'ecosistema nel quale si colloca, sia dei sub-sistemi coinvolti nel processo di promozione sia di tutti i sub-sistemi presenti anche non direttamente interessati;
- lo sviluppo turistico deve dare garanzia di tutela non solo delle risorse direttamente coinvolte nel progetto di sviluppo stesso, ma di tutte quelle che possono essere fonte di sviluppo, turistico o non turistico;
- lo sviluppo turistico deve dunque essere inserito in un disegno complessivo di sviluppo socio-economico locale, in modo combinato con le scelte più generali dello sviluppo regionale;
- lo sviluppo turistico deve garantire il pieno coinvolgimento dei portatori di interesse, privati e pubblici, non limitandosi ad ottenere il consenso ma operando perché ciascuno esprime il proprio potenziale di sviluppo.

L'approccio scelto dalla legge 135 non consente l'applicazione di questi principi, semplicemente perché non pone alla base delle scelte il territorio nella sua concretezza ma piuttosto elegge quale soggetto degli interventi una regione già configurata, definendola sulla base di attività economiche e relazioni funzionali, riconducibili al turismo, stabilite a priori e considerate prevalenti su tutte le altre; diventa quindi difficile, se non impossibile, riconoscere potenziali di sviluppo diversi da quello dominante o dare sufficiente peso al problema della compatibilità ambientale, sociale, culturale, produttiva (in settori non turistici).

Il metodo funzionale che orienta la legge, dunque, discrimina a priori le risorse da promuovere, producendo una sorta di classificazione in luoghi e risorse da promuovere astraendo dal sistema territoriale nel quale la regione turistica così definita si colloca; anzi, la conseguenza diretta è l'implicito asservimento del sistema stesso al piano di sviluppo del turismo.

Per i sistemi turistici non ancora sviluppati, poi, il suggerimento implicito è di seguire la stessa via già ampiamente battuta dalle regioni turistiche consolidate.

Una verifica empirica di questa impostazione è offerta da quelle ricerche che hanno tentato di dare concretezza ai sistemi turistici locali delineati dalla legge.

La ricerca ACI-CENSIS del 2001 utilizza una serie di indicatori che sono un chiaro esempio di gerarchizzazione del territorio in modelli competitivi precostituiti.

Gli indicatori sono:

- il grado di terziarizzazione (vale a dire la gamma dei servizi diversi offerti);
- la qualità della ristorazione;
- la qualità dell'ospitalità (presenza sulle guide turistiche);
- la segmentazione dell'ospitalità e la segmentazione della ristorazione (grado di diversificazione dell'offerta);
- il carattere di antinomia omogeneità vs integrazione (presenza di una risorsa o di più risorse legate);
- il cosiddetto plus enogastronomico.

Molto simile, anche se più complesso, lo studio di Confindustria-Comitato Mezzogiorno del 2003 che considera indicatori di uno sviluppo turistico organizzato in forma di sistema o suscettibili di interventi:

- la presenza di risorse;
- la dotazione infrastrutturale;
- l'attrattività del territorio;
- i caratteri del sistema imprenditoriale;
- il livello di notorietà/desiderio dei luoghi;
- la capacità di essere presenti sui mercati stranieri;
- la vivacità progettuale (misurata attraverso il numero di domande di finanziamento presentate alla legge 488).

Tra i distretti meglio configurati del Mezzogiorno, non caso, emerge in Campania quello cosiddetto dei Due Golfi con i sottodistretti di Capri, Ischia, Napoli, Costiera; altro esempio è il distretto del Gargano in Puglia; ancora, Tropea in Calabria, Catanese, Palermitano, Taormina in Sicilia.

Insomma, sembrerebbe di poter dire che non ci sia niente che non si sapesse già. I distretti potenziali sono ovviamente quelli ai quali mancano alcuni di questi caratteri e l'invito è chiaramente alla rapida omologazione.

8. Sostenibilità e competitività

Come si avrà già avuto modo di notare dalle riflessioni compiute sin qui, a non convincere affatto è proprio il modello di competitività offerto dalla legge, che sembra riproporre forme organizzative del turismo che da tempo rivelano i propri limiti.

La sensazione è che si continui a perpetuare lo stesso modello:

- ci si ostina ad ignorare il desiderio di integrità ambientale che i turisti dichiarano ormai da anni;

- si perpetua un'idea di vacanza tutta tradizionale, quando è ormai chiaro che il visitatore desidera un contatto *vero* con la cultura locale;

- si è convinti che la diversificazione verso la quale si sta spingendo il prodotto turistico deve consistere di cucina locale, sagre e fiere, vie del vino e musei del romanzo o, alternativamente, di opere faraoniche, di segni macroscopici sul territorio, di grandi eventi, di nuovi stadi sportivi;

- si porta avanti l'idea che il turismo sia vacanza quando si sa bene che la componente dei viaggi per motivi di lavoro, anche e soprattutto di elevatissima qualità, sta assumendo sempre maggiore importanza, sul piano della capacità di spesa oltre che sui numeri degli arrivi internazionali;

- ci si dimentica che le città saranno, o forse lo sono già, i luoghi protagonisti del turismo, e che le città sono molto diverse dalle regioni monotematiche previste dalla legge;

- si continua infine a pensare che il turismo funzioni soltanto quando sia settore dominante l'economia di una regione, capace di integrare l'agricoltura o i prodotti artigianali come elementi funzionali al suo sviluppo, mentre il carattere di plurifunzionalità e trasversalità gli consentirebbe di assumere ruoli vari e complementari a diversi percorsi di sviluppo.

A questa visione del turismo, allora, corrisponde un approccio che pone il territorio alla base di qualunque progetto; ciò significa superare qualunque tipo di convinzione preconcepita ed utilizzare tutte le ipotesi di sviluppo solo se compatibili con il potenziale ed i limiti del territorio stesso.

A questa esigenza risponde, ad esempio, la ricerca europea prodotta, nell'ambito del progetto europeo ESPON sul tema 'Territorial Dimension of the Lisbon-Gothemburg strategy', pubblicato quest'anno e curato dal gruppo CEIS-Tor Vergata, che come si vedrà offre alcuni spunti di riflessione nel settore turistico. Uno dei punti di forza che si può intravedere è proprio quello di approcciare al territorio per valutarne le potenzialità competitive complessive; da questa analisi

emergeranno poi le possibilità di sviluppo del turismo e le forme di integrazione potenziale con tutte le variabili del territorio, a partire dagli altri settori dell'economia. Ma non vi è alcuna ipotesi preconstituita che veda nel turismo un settore necessariamente da sviluppare in un certo territorio.

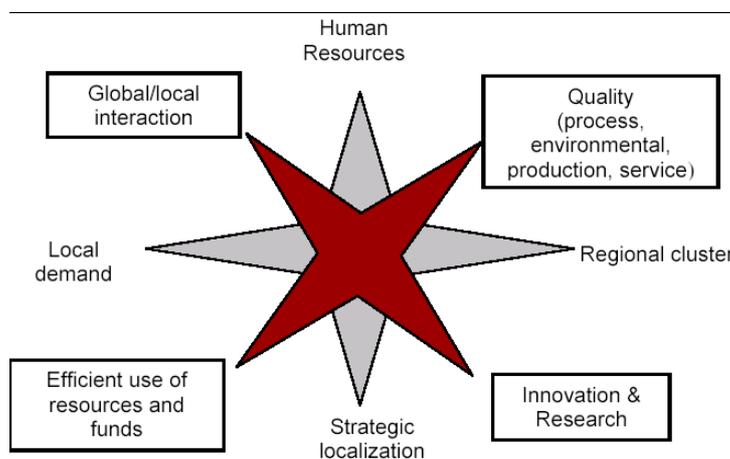
La competitività, poi, è ripensata per tenere conto del legame che tale concetto sta stringendo con i principi della sostenibilità. Viene da riflettere, allora, su quanto l'investimento in sostenibilità sia economicamente conveniente e rappresenti realmente un fattore di competitività a tutte le scale di lettura, da quella macroregionale a quella di singola impresa. Quest'idea, affermata nei primi anni novanta, in letteratura con la cosiddetta "Porter hypothesis" e negli orientamenti politici, principalmente di matrice europea, con il Libro Bianco dell'U.E. di Delors, e gode ormai di numerose verifiche empiriche e di molti sostenitori tra gli studiosi dello sviluppo.

La revisione del concetto di competitività territoriale, che per troppo tempo è stata considerata equiparabile alla competitività dell'impresa, deve tener conto del paradigma della sostenibilità ma anche, complessivamente, del nuovo modello di sviluppo che l'Unione Europea si è data attraverso la strategia di Lisbona e, un anno dopo, quella di Goteborg. Dal tentativo di incorporare queste indicazioni europee, nasce la proposta del Progetto Espon 3.3 di riformulare il diamante sul quale Porter basò la costruzione del concetto di competitività, inserendovi un insieme di determinanti utili a misurare le cosiddette 'territorial capability', ossia le diverse sensibilità dei territori ad essere competitivi.

Sulle variabili tradizionali, che secondo Porter differenziano il vantaggio competitivo dei diversi luoghi (il contesto strategico e competitivo; la domanda; i fattori della produzione; i settori collegati e di supporto), e che tipicamente riducono l'ambiente d'impresa alle sole variabili produttive, vengono innestate altre quattro variabili strategiche che consentono di porre il territorio, cioè l'ambiente naturale ed antropizzato, come base dalla quale trarre indicazioni per lo sviluppo.

Le determinanti introdotte sono: a) qualità, intesa in senso territoriale come qualità della vita, dell'ambiente, delle istituzioni e della *governance*; b) l'uso delle risorse e dei fondi, soprattutto nelle componenti economiche, umane, ambientali; c) l'innovazione e la ricerca, soprattutto nel ruolo delle istituzioni da intendersi anche come norme, regole e comportamenti; d) le interazioni locale/globale, che attengono non solo ai trasporti e alle ITC ma anche alla struttura insediativa e al grado di policentrismo con il quale si è strutturato lo spazio umano.

Fig. 3 Il diamante di Porter modificato



Fonte: ESPON, Progetto 3.3. , ‘The territorial dimensions of Lisbon-Gothemburg strategy’, Final Report, 2006, p. 45

Dall’applicazione di questa analisi discendono alcuni spunti di riflessione in materia di politica del turismo. Una di queste discende dalla misura della capacità competitiva attraverso la determinante del rapporto Locale/Globale. L’interesse nasce non solo perché la metodologia è strutturata per rispondere ai dettami della sostenibilità¹⁵, ma anche perché, si tratta di un approccio sistemico e dunque i suggerimenti di *policy* turistica sono dettati non dal legislatore o dal pianificatore ma espressi direttamente dal territorio.

In questo contesto, infatti, il turismo è trattato come indicatore del grado di interazione della scala locale con quella globale, e guardando alle carte relative (turisti in entrata e in uscita) si notano pochi casi critici in Europa (la Basilicata in Italia). Correlando questa informazione con i dati sul movimento degli studenti e dei ricercatori (altra variabile fondamentale nel rapporto G/L) si hanno risultati sorprendenti. Regioni del Mezzogiorno come Calabria, Puglia, Sicilia, Sardegna rivelano un elevato livello di studenti e ricercatori non solo in uscita, come ci si aspettava, ma anche in entrata a testimonianza di un elevato grado di scambio culturale. Questo conduce gli estensori del progetto a suggerire linee di intervento, nella destinazione dei fondi strutturali, che magari sono meno competitive nel breve termine ma più sostenibili e coesive nel lungo: l’investimento volto a rafforzare i legami tra turismo, mobilità giovanile e scambio nel campo dell’istruzione e della ricerca.

¹⁵ Anche in questo caso non è certamente possibile addentrarsi nella descrizione della metodologia e dei risultati di una ricerca complessa e che si dispiega su diversi anni. Per ogni approfondimento si veda il progetto 3.3 sul sito www.espon.lu

Ora, la scala geografica necessita di maggiore dettaglio perché si possa parlare concretamente di rapporto turismo/territorio e certamente questa indicazione non risolve, come d'altra parte nessuna presa singolarmente, la questione dello sviluppo turistico sostenibile nelle regioni italiane e nel Mezzogiorno in particolare. Tuttavia, quello che preme sottolineare è l'occasione di riflettere su forme meno concorrenziali, di rivedere l'obiettivo del risultato strettamente economico e di brevissimo termine. Anche perché tale risultato è comunque incerto visto che al momento vi è una corsa a dotarsi più o meno tutti degli stessi tipi di offerta¹⁶ e la concorrenza è elevatissima.

Sicuramente la ricerca di forme meno banali di promozione del turismo, dal punto di vista geografico-economico, nasce dall'analisi del territorio e, solo dopo se necessario, dall'osservazione delle esperienze altrui.

Ultima riflessione, sul significato intrinseco, dimenticato nella fase del turismo di massa e ancor più in quella del turismo d'*élite* di massa, su un turismo che può essere concepito e gestito come qualcosa di diverso da un qualunque settore economico-produttivo.

¹⁶ Le vie del vino in ambiente rurale piuttosto che il grande evento in ambiente urbano come si diceva poc'anzi. A proposito delle città Fainstein and Judd sintetizzano in questo modo il fenomeno: "“globalization of mass tourism leads to an odd paradox: whereas the appeal of tourism is the opportunity to see something different, cities that are remade to attract tourists seem more and more alike” (1999, pp.12-13).

Fig. 4 Turismo in entrata (ESPON, 3.3, cit.)

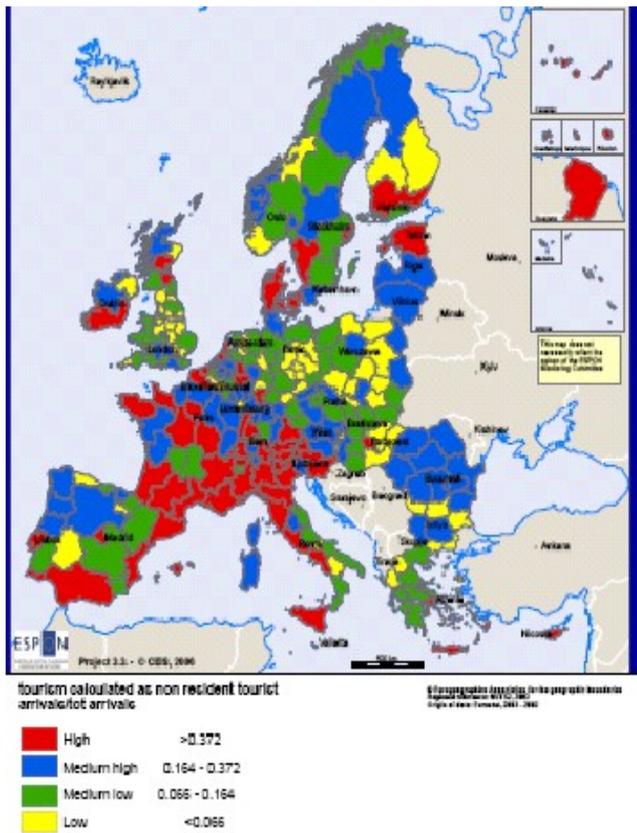


Fig.4/a Turismo in uscita (ESPON 3.3, cit)

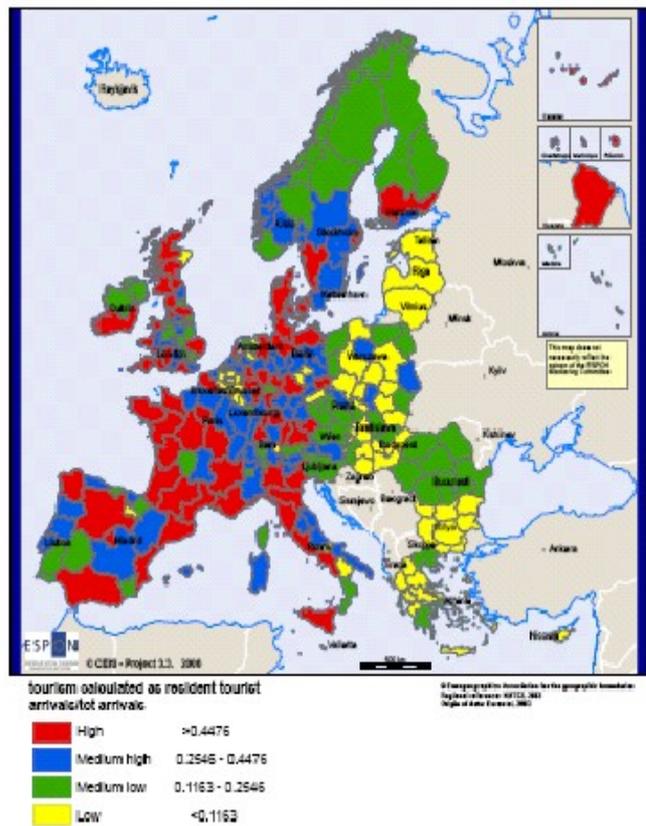


Fig. 5 Studenti in entrata (ESPON 3.3, cit.)

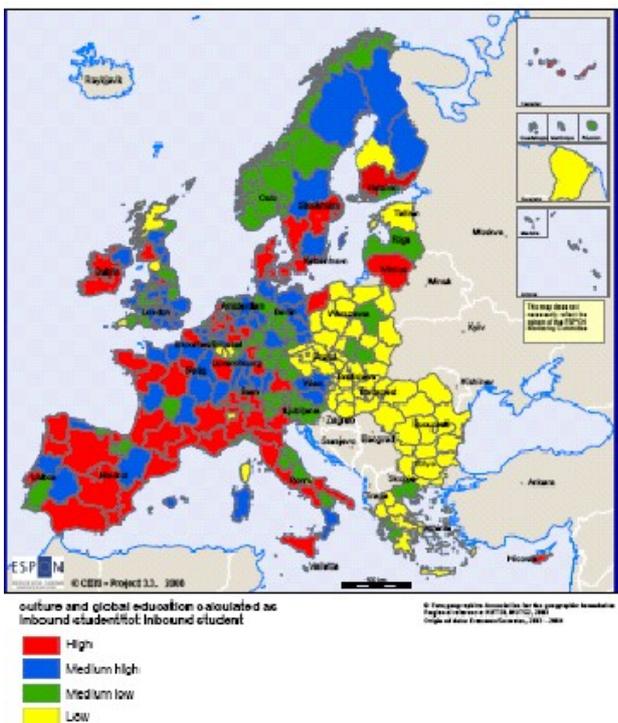
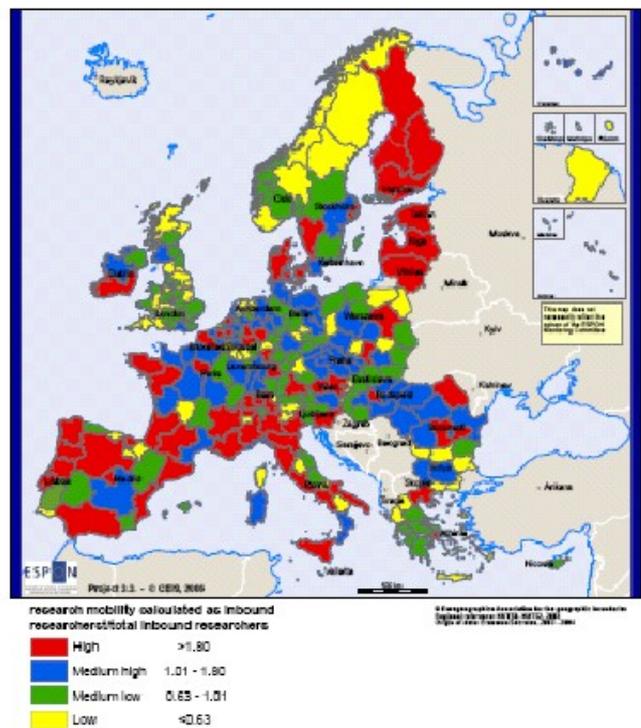


Fig.6 Ricercatori in entrata (ESPON 3.3, cit)



9. Turismo sostenibile, scale geografiche e articolazione dei poteri

La conclusione di questa breve riflessione non può non essere dedicata al tema del processo di programmazione e pianificazione dello sviluppo dei sistemi turistici locali, prendendo ancora in esame la legge 135/91.

Vi è infatti da rilevare ancora la superficialità con cui vengono trattate le forme di associazione per cui si considerano indistintamente enti locali o soggetti privati, al di fuori di qualunque più coerente processo di programmazione e pianificazione del territorio.

Nel corso di questa riflessione si è avuto modo di esplicitare i principi validi, sul piano geografico, ai fini di una gestione sostenibile dello sviluppo turistico. Riassumendo, il settore turistico, come qualunque altro, deve essere analizzato all'interno del suo sistema territoriale (ecosistema naturale ed antropico) per studiare le relazioni sistemiche in termini di opportunità ma anche di vincoli, senza che, a priori, lo sviluppo turistico assuma un ruolo dominante sulle altre componenti del sistema. Non vi sono risorse di serie A e risorse di serie B, come invece vuole tradizionalmente l'approccio funzionale, né è accettabile che la crescita economica sia considerato obiettivo prevalente rispetto a quello dello sviluppo e della sostenibilità.

A questi obiettivi deve corrispondere un'articolazione dei poteri così coerente da consentire che lo sviluppo avvenga dal basso, in un processo di cooperazione transcalare che lega comuni/province/città metropolitane/comunità montane/regioni, secondo i principi di sussidiarietà, partecipazione, networking e partnership. Come si è avuto modo di dire, l'adeguatezza della scala agli strumenti della promozione dello sviluppo è un argomento di grande importanza e non, come affermano Ashworth and Voogd (1990) per un interesse squisitamente accademico ma perché *“A place is inevitably one component of a hierarchy of spatial scales. This is more than the inevitable parochial viewpoint of a geographer accustomed to hierarchical spatial modeling: it is central to the nature of the tourism product and how it is marketed”* (p. 8).

Il tema è scottante anche rispetto ad una divisione di competenze coerente con le scale geografiche di riferimento che, in Italia, assegna alla provincia/area vasta, ritenuta più vicina all'estensione degli ecosistemi naturali (Prezioso, 2000), il ruolo di ente coordinatore tra le esigenze dei comuni e delle associazioni di comuni, e la definizione delle politiche da parte della regione.

Dunque il richiamo che la legge 135 fa al TU 267/2000 di riforma delle autonomie locali avrebbe dovuto chiarire il ruolo istituzionale dei sistemi turistici locali, il tipo di poteri attraverso i quali gestire se stessi nel complesso processo di pianificazione dello sviluppo strutturato dalla riforma stessa. Invece, il rimando al TU 267/2000 è banalmente dedicato agli strumenti previsti per le forme con cui gli enti locali possono associarsi, che detto per inciso, vanno dai semplici consorzi, utilizzati

dai comuni per gestire al meglio problemi come lo smaltimento dei rifiuti, agli accordi di programma che hanno una valenza decisamente diversa.

Se l'obiettivo di fondo era quello di istituire un sostegno finanziario a forme associative (e l'accento sull'iniziativa privata suggerisce proprio questo) come il club di prodotto, il marchio d'area e simili, non si capisce l'esigenza di scomodare concetti virtualmente efficaci come quello di sistema locale.

L'approccio funzionale che guida la legge rende difficile anche la concreta applicazione degli strumenti della partecipazione e della *governance*: se il legislatore o il pianificatore definiscono a priori le risorse e i relativi portatori di interessi in componenti di serie A o di serie B rispetto al loro progetto, come potranno lasciare che il territorio esprima liberamente il proprio potenziale di sviluppo, riconoscendo e governando la diversità come vorrebbe lo sviluppo sostenibile?

Bibliografia

- Ashworth, G. J., Voogd H., *Can Places be Sold for Tourism?*, in Ashworth G., Goodall B. (eds), *Marketing Tourism Places*, Londra, Routledge, 1990, pp. 1-16.
- ACI-Censis, *I distretti turistici italiani: l'opportunità di innovare l'offerta*, Rapporto Turismo 2001.
- Conti S., *Transizioni paradigmatiche in geografia industriale*, in Dini F., (a cura di), *Geografia dell'industria*, Torino, Giappichelli, 1995.
- Becheri E., *I mutamenti del turismo: l'internazionalizzazione dei mercati e le principali figure dell'offerta. I problemi dell'Italia*, in Ministero del Turismo e dello Spettacolo, Terzo rapporto sul turismo italiano, Roma, 1998, pp. 12-56.
- Biondi G., *Agriturismo in Campania*, in Celant A., Magni C. (a cura di), *Sviluppo rurale di qualità nel Mezzogiorno*, Bologna, Pàtron, 2001.
- Bonora P.(a cura), *SloT quaderno I*, Bologna, Baskerville, 2001.
- Dallari F., *I beni culturali come strategia territoriale. Un nuovo progetto geografico*, in "Geotema", n.4, "Geografia e Beni Culturali", 1994, pp.89-96.
- Dallari F., *Sviluppo e ricomposizione territoriale: sistemi locali e turismo*, in Savelli A.(a cura), *Turismo, territorio, identità. Ricerche ed esperienze nell'area mediterranea*, Milano, Franco Angeli, 2004, pp. 285-306.
- Dematteis G., *Il tessuto delle cento città*, in Coppola P., *Geografia Politica delle regioni italiane*, Torino, Einaudi, 1997.
- Dematteis G., *Per una geografia della territorialità attiva e dei valori territoriali*, in G. Bonora P.(a cura), *SloT quaderno I*, Bologna, Baskerville, 2001, pp. 11-30.
- Dredge D., *Destination place planning and design*, in "Annals of Tourism Research", 1999, 26, 4, pp. 772-791.
- ESPON Project 3.3, *The territorial dimension of the Lisbon-Gotheborg strategy*, final report, maggio 2006, www.espon.lu
- Fainstein S. S. e D. R. Judd, *Global Forces, Local Strategies and Urban Tourism*, in D. R. Judd e S. S. Fainstein (eds), *The Tourist City*, New Haven CT, Yale University Press, 1999, pp. 1-17.
- Fayos-Solà E., *Quality and competitiveness in the New Age of Tourism*, in Proceedings of the European Conference on Quality and Tourism, Atene, AGTE, 1994.
- Fayos-Solà E., *Tourism policy: a midsummer night's dream?*, in "Tourism Management", 1996, 17, 6, pp. 405-412.
- Gemmiti R., *Territorio e globalizzazione. Nuovi vantaggi competitivi e opportunità di sviluppo nel cambiamento globale*, in Celant A. (a cura di), *Ecosostenibilità e risorse competitive*, Roma, 2000.
- Gemmiti R., *Gestione sostenibile del settore turistico. Linee guida per le istituzioni locali*, Progetto Società Geografica Italiana-Murst "EcoItalia21", Rapporto di Ricerca, 2000.
- Gemmiti R., *Localizzazione competitiva d'impresa e sviluppo locale sostenibile. Riflessioni tra Nord e Sud*, Roma, Società Geografica Italiana, 2001.
- Gemmiti R., Conti Puorger A., *Le basi territoriali dello sviluppo turistico sostenibile*, in Madau C. (a cura di), *Risorse culturali e sviluppo locale*, Atti del Convegno, Roma, Società Geografica Italiana, 2004, pp. 397-410.
- Godfrey K.B., *Attitudes towards 'sustainable tourism' in the UK: a view from local government*, in "Tourism Management", 1997, 19, 3, pp. 213-224.
- Gunn C.A., *Tourism planning*, Washington, Taylor and Francis, 1993.

- Landi S. (a cura di), *I sistemi turistici locali per lo sviluppo di turismo e ospitalità nel Mezzogiorno*, Confindustria-Comitato Mezzogiorno, n.50, 2003.
- Lizza G., *L'Europa tra regionalizzazione e globalizzazione*, in Lizza G. (a cura di), *Geografia della nuova Europa*, Torino, Utet Libreria, 1999.
- Legge 29 marzo 2001, n.135 "Riforma della legislazione nazionale del turismo".
- Miossec J.M., *Un modèle de l'espace touristique*, in "L'espace géographique", 1977, pp. 41-48.
- Pearce D., *Tourism today: a geographical analysis*, New York, Longman, 1995.
- Pearce D., *Tourism in Spain*, in "Annals of Tourism Research", 1997, 24, 1, pp.156-177.
- Pearce D., *Federalism and the organization of tourism in Belgium*, in "European Urban and Regional Studies", 1996, 3, 3, pp. 44-51.
- Prezioso M., *Città e federalismo in Europa. Modelli sub-regionali per governare l'integrazione*, in "Annali del Dipartimento di Studi Geoeconomici", 1, 1999, pp. 173-272.
- Prezioso M., *Top-Down Planning Effects on Interregional and Intermunicipal Cooperation. The Italian case study*, in Proceeding of Regional Science Association 37th Congress, Roma, 1997, CD, stampato in proprio maggio 2000.
- SPESP - Study Program on European Spatial Planning (2000), *Criteria for the Spatial Differentiation of the EU Territory*, Group 1.7 "Cultural Assets": Final Report [<http://www.nordregio.a.se/>].
- Spinelli G., *Il turismo negli stadi dello sviluppo economico e regionale*, 5° Convegno Internazionale di Studi 'La Sardegna nel mondo mediterraneo. Turismo e ambiente', 2000.
- Tosun C., Jenkins C.L., *Regional planning approaches to tourism development: the case of Turkey*, in "Tourism Management", 1996, 17, 7, pp. 519-531.

