Turismo, perchè la provincia di Foggia ha perso il primato a vantaggio di Lecce

Author : Geppe Inserra

Date : 30 Giugno 2014



La Camera di Commercio ha reso disponibile sul suo sito il rapporto sul posizionamento dell'aeroporto Gino Lisa di Foggia nel sistema aeroportuale nazionale. E ha fatto bene, anzi benissimo, perché si tratta di un documento importante, la cui lettura suggerisco caldamente a tutti quanti hanno veramente a cuore il futuro di Foggia e provincia. Potete scaricarlo a questo link.
Da tempo si sentiva ripetere che il dibattito sullo sviluppo si era rarefatto. Lo studio commissionato al Gruppo Clas dalla Camera di Commercio e dai Gal rappresenta un'occasione per invertire la rotta. A patto di leggerlo seriamente e poi di riflettervi.
Il documento è naturalmente più ricco rispetto alle *slide* (anche queste comunque disponibili sul sito della Camera di Commercio, a questo link) presentate dal prof. Oliviero Baccelli durante la *Giornata dell'Economia*.
L'importanza va oltre la stessa questione dell'aeroporto, e una ragione c'è: perché il Gino Lisa possa diventare veramente un volano per la ripresa dell'economia, non basta l'allungamento della pista; è necessario che la riqualificazione dello scalo coincida con la nascita e la sedimentazione di un contesto economico e produttivo più favorevole. A cominciare dal settore del turismo che è quello maggiormente interessato dall'analisi del Gruppo Clas, che al comparto dedica uno specifico e prezioso capitolo.
L'analisi del prof. Baccelli e degli altri studiosi che hanno realizzato il rapporto è ancora più importante, perché si tratta del primo studio che sia stato pubblicato da quando la provincia di Foggia ha perduto il suo primato nel turismo pugliese, a vantaggio di Lecce. Come a dire che il turismo garganico ha già duramente pagato lo scotto alle criticità messe in evidenza dallo studio: per tornare ad essere competitivo il settore deve mutare pelle.

A leggerlo approfonditamente, il documento farà certamente discutere. Perché se la debolezza del turismo nel “fare sistema" è un elemento di criticità riconosciuto da tutti, assai meno riconosciute e metabolizzate sono le implicazioni della mancanza di una rete vera dei servizi turistici, del fatto che ognuno fa da sè. Di primo acchito sembra, per esempio, banale la proposta del Gruppo Class di costituire un ufficio stampa integrato per la promozione turistica del territorio. Ma a ben riflettere, gli autori dello studio hanno ragione: una cosa del genere non c'è. Si va avanti in ordine sparso, navigando a vista.
Diverse considerazioni esternate dagli autori dello studio riecheggiano i rilievi e le osservazioni che amici di *Lettere Meridiane* come Girolamo Arciuolo e Domenico Antonacci hanno in questi giorni ripetuto commentando i post sul Gino Lisa.
Ma veniamo allo studio. Gli autori non hanno dubbi: “Il primo aspetto da potenziare è certamente rappresentato dalla capacità di fare rete e creare sinergie; più precisamente, occorre proporre un’immagine unitaria dell’offerta turistica locale, la quale deve caratterizzarsi come prodotto armonico e organico, seppur articolato in più proposte tematiche. A tale logica dovrà ispirarsi la stessa attività promozionale, da concepirsi in termini congiunti e complessivi, e secondo logiche sinergiche, avendo cura di trasferire un’idea forte, definita e chiaramente identificabile del territorio.”
Ecco, di seguito, le proposte del prof. Baccelli e dei suoi colleghi.
“Fare rete” e “reciproco supporto” sono dunque i concetti chiave dello sviluppo turistico locale, che deve sostanziarsi in un’ampia gamma di attrattive, tipologiche e temporali, declinate cioè secondo il canone della pluristagionalità. Uno strumento interessante appare, in tal senso, la costituzione di una tessera di soggiorno, il quale risponde a un duplice scopo: potenziare la cooperazione tra gli attori locali, creando maggiori opportunità di crescita economica, e incontrare le esigenze della domanda turistica mediante la predisposizione di un’offerta ampia e integrata.
La tessera dovrà essere gratuita a fronte della concessione di specifiche agevolazioni, quali la riduzione del costo di accesso alle strutture e ai servizi,marini, culturali, enogastronomici e sportivi, e agli eventi organizzati nel territorio, oltre ad eventuali agevolazioni nell’utilizzo dei mezzi di trasporto. Un esempio interessante è costituito, a tale proposito, dall’area del Karwendel, in Austria.
La centralità della creazione di una rete sinergica tra le distinte vocazioni di una stessa regione è confermata da un secondo caso di successo. Si tratta della Strada del Vino di Franciacorta, in cui l’offerta turistica relativa a un tema principale (l’enogastronomia) è stata estesa a temi minori (la cultura e lo sport). La sinergia tra le azioni di valorizzazione della cultura vitivinicola locale, sino all’identificazione dello stesso territorio con il simbolo del vino, e di promozione dell’offerta museale e di sport percepiti come élitari (il golf e l’equitazione) ha certamente rafforzato l’immagine turistica della Franciacorta, potenziandone l’attrattività.
Un secondo punto di attenzione sgelato dallo studio riguarda l’intelligibilità delle proposte turistiche, la realizzazione di un marketing congiunto e la centralizzazione delle informazioni sul territorio.
Le singole proposte progettuali e, nel complesso, l’offerta turistica - si legge nel rapporto - debbono godere di una chiara definizione e di un’elevata coerenza interna; più in generale, è importante che esse siano identificabili con semplicità da parte del turista e, con altrettanta facilità, fruibili.
A ciò corrisponde l’esigenza che la promozione e la comunicazione seguano linee comuni e siano guidate da una sola regia. Gli stessi luoghi e mezzi dell’informazione turistica devono dunque rispondere a criteri di unitarietà, centralizzazione e accessibilità.
A tale fine, appare importante il progetto di costituzione di un ufficio permanente di promozione e di marketing del territorio, che presieda alla pubblicazione di guide specifiche, di una “Carta dei servizi”, di dépliant e di cartine, oltre cha alla realizzazione di un sito web e all’organizzazione di un ufficio stampa.
Al medesimo obiettivo risponde la creazione di un laboratorio del turismo, dedicato alla gestione unificata dei servizi al visitatore e al coordinamento delle diverse iniziative locali mediante il

coinvolgimento di attori pubblici e privati.
Un terzo aspetto di riflessione concerne il mantenimento delle strutture e dei servizi turistici presenti nell'area in condizioni di buona fruibilità, con il miglioramento dell'offerta più deficitaria e obsoleta. La qualità degli esercizi ricettivi deve rispondere in termini efficaci alle richieste, espresse o latenti, dei turisti; a tale fine occorre prevedere interventi di adeguamento a standard di buon livello dell'intero panorama delle attività ricettive, in particolare alberghiere, che nel 23% dei casi, valutati in termini di posti letto offerti, si qualificano come strutture di categoria bassa (una o 2 stelle, oppure residenze turistico alberghiere). Occorrerà dunque prevedere piani di manutenzione, ordinaria annua e straordinaria, predeterminati, finalizzati alla conservazione del patrimonio ricettivo in condizioni di piena fruibilità.
Alla qualità degli esercizi dovrà continuare a corrispondere, in particolare, la varietà tipologica delle strutture, al fine di rispondere alle specifiche esigenze dei diversi target di domanda. Alle attività alberghiere occorrerà dunque affiancare agriturismo, bed & breakfast, residence e campeggi, oltre che rifugi e ostelli, conformi ai livelli di accoglienza internazionali. La soluzione costituita dall'albergo diffuso appare un esempio interessante per la soddisfazione di tali esigenze, seppur in un contesto di seconde case di medio valore. Tipicamente, tale tipologia ricettiva consta di più appartamenti, ricavati in edifici di pregio situati nel centro storico e a esclusiva destinazione turistica. Si tratta di una formula di ricettività alternativa alle strutture più tradizionali, che consente peraltro una maggiore immersione nella realtà locale. La regia dell'offerta è centralizzata, poiché all'affitto degli appartamenti presiede in genere un solo ufficio, che funge da reception, ne garantisce la gestione unitaria e offre informazioni ai turisti riguardo le attrattive della zona e la disponibilità di servizi complementari. Una riflessione analoga a quanto svolto per le strutture ricettive riguarda la dotazione del territorio di servizi turistici complementari, ovvero l'organizzazione e la promozione delle attrattive ambientali, sportive, culturali ed enogastronomiche locali.
A tale riguardo, si cita, quale possibile esempio di azioni replicabili nel territorio di Foggia, il progetto di realizzazione di una Rete Escursionistica e Cicloturistica Ligure, il quale offre un decalogo operativo utile per la definizione di percorsi nel verde. Appare così essenziale prevedere: la manutenzione ordinaria e straordinaria dei percorsi sentieristici, al fine di garantirne il buono stato e, dunque, la piena fruibilità; la dotazione dei percorsi di una segnaletica chiara e comunicativa; la realizzazione di aree di sosta e di ristoro; la mappatura GPS della rete. A ciò si ritiene importante aggiungere l'organizzazione di escursioni guidate e, per quanto concerne gli itinerari cicloturistici, la disponibilità di punti di noleggio e di riparazione delle biciclette, in particolare in prossimità dei luoghi di partenza.
Un ulteriore caveat riguarda la creazione di una sinergia tra l'offerta di strutture ricettive e di servizi complementari.
Una prima modalità attuativa prevede la parziale delocalizzazione nelle prime della funzione informativa riguardo le attrattive del territorio; tale scelta deve porsi a integrazione dei compiti ricoperti dall'ufficio informativo centrale e non in sua sostituzione.
La seconda consiste nell'organizzare nelle stesse strutture ricettive un'offerta complementare (quali escursioni di trekking, attività cicloturistiche e corsi di enogastronomia) armonica rispetto alle attrattive tipiche del territorio.
Un esempio, in tale senso, è costituito dalle vacanze a cavallo organizzate nelle horse holiday farm, in Austria; tali strutture definiscono la propria offerta complessiva intorno al tema dell'equitazione e, a tale fine, offrono ogni supporto e ogni expertise necessaria alla piena fruizione del soggiorno. Esse radunano, dunque, istruttori, guide certificate per le passeggiate ed esperti nella manutenzione dei cavalli, promuovendo pacchetti di attività caratteristici per le diverse stagioni dell'anno. Le horse holiday farm appartengono alla Farm Holidays Association, il cui obiettivo è, in effetti, la promozione organica della complessiva offerta territoriale.

Un’ultima riflessione riguarda il contesto in cui le strutture ricettive e i servizi turistici complementari si collocano, ai cui canoni di qualità esso stesso dovrà rispondere. In tale cornice possono situare progetti di valorizzazione dei borghi, finalizzati al miglioramento dell'arredo urbano e dell'illuminazione, al recupero e alla valorizzazione dei centri storici, al restauro dei beni storico-culturali e alla creazione di una ricettività alternativa, fondata sul concetto di albergo diffuso.
Un ulteriore elemento focale per il potenziamento dell’offerta turistica di Foggia e l’attrazione di nuova domanda riguarda l’utilizzo delle nuove tecnologie informatiche. Più precisamente, i progetti locali dovranno orientarsi verso lo sviluppo di piattaforme web, di applicazioni per smartphone, di guide tematiche per palmari GPS e, in riferimento agli itinerari escursionistici e sportivi, di sistemi informatici di georeferenziazione. Tale scelta appare vincente in più accezioni: le azioni promozionali e di comunicazione risultano più efficaci, poiché raggiungono in tempi rapidi un’ampia porzione di mercato e consentono l’invio di messaggi mirati ai diversi target di domanda turistica; i costi di manutenzione degli strumenti informativi sono ridotti; l’aggiornamento delle informazioni è semplificato e, dunque, potenzialmente più frequente; l’impatto sull’ambiente è contenuto rispetto ai veicoli di comunicazione tradizionali (ad esempio, la carta).
Un caso di benchmark interessante è costituito, a tale proposito, dal Sistema informatico geografico adottato dal 2000 nel Parco Nazionale Svizzero, il quale, a partire dalla catalogazione dei dati disponibili, mira a una migliore organizzazione dell’area naturalistica e a una sua maggiore fruibilità turistica.
Un secondo caso, di evidente esempio per il territorio locale, riguarda il Parc National du Mercantour, situato in Francia. In esso è stato realizzato un sistema telematico di informazione, basato sull’utilizzo di palmari GPS, con il quale i visitatori possono visualizzare la propria posizione, il profilo e il grado di difficoltà del sentiero su cui si muovono, oltre al tempo necessario per il raggiungimento di una meta prefissata, la cui prossimità è segnalata da un messaggio sonoro e luminoso emesso dallo stesso dispositivo. Si tratta, essenzialmente, di informazioni dinamiche, a cui il sistema informativo associa indicazioni statiche, quali le mappe dei sentieri e le fotografie aeree. Il sistema è costantemente aggiornato in base alle informazioni meteorologiche, alle condizioni dei sentieri e allo stato della neve.
Un ultimo elemento da evidenziare riguarda i temi della mobilità sostenibile e dell’accessibilità.
L’attenzione ai temi ambientali, cui lo sviluppo turistico del territorio di Foggia deve ispirarsi, si deve necessariamente accompagnare alla ricerca di una mobilità locale sostenibile.
Un esempio, in tal senso, è costituito dal progetto realizzato a Werfenweng, in Austria, che della “mobilità dolce” ha fatto un’importante attrattiva turistica. La combinazione di modalità di accesso alla cittadina più ecocompatibili rispetto all’automobile (il treno e lo shuttle, o un taxi gratuito, per il collegamento tra la stazione e il centro urbano) e la disponibilità di mezzi di trasporto elettrici o senza motore per gli spostamenti locali permettono la riduzione delle principali forme di inquinamento, atmosferico e sonoro. Mediante l’incentivo della mobilità alternativa, il progetto consente lo sviluppo di un turismo sostenibile e, in ultima analisi, un incremento della qualità ambientale.
Un secondo tema di urgente attualità è costituito dall’accessibilità dei luoghi turistici da parte dei portatori di handicap. A tale proposito - concludono gli autori dello studio - occorrerà esaminare le caratteristiche delle strutture ricettive e degli attrattori turistici locali (tra cui gli itinerari sentieristici), definendo gli standard minimi di accessibilità e ponendo le basi per lo sviluppo di programmi di adeguamento delle strutture.