

I turisti, i turismi: evoluzione del sistema.

Il turismo, primaria attività economica per il Veneto, è fonte di sviluppo del territorio che a sua volta è motivo di sviluppo dello stesso settore; infatti questo si caratterizza, più di altri, per un elevato grado di feedback con il territorio. Il Veneto è un territorio naturalmente ed interamente vocato al turismo per la sua morfologia, storia e tradizioni. Per rendere proficuo questo rapporto, comunque insopprimibile, il medesimo va governato con un'attenta programmazione. Ai fini della programmazione è rilevante la dinamica dei flussi turistici; dalla loro analisi e di altri indicatori turistici sono recentemente state delineate alcune ipotesi di politiche per il turismo.

I dati sui flussi turistici costituiscono un primo orientamento nell'individuazione delle priorità programmatiche. I flussi turistici nella fascia costiera del Veneto, ad esempio, alti e costanti ma non in crescita, ci indicano che il settore balneare è maturo ⁽¹⁾ e necessita di rivolgersi a settori di domanda diversi da quelli tradizionali. Si pensi per esempio al turismo d'affari o sportivo. Eventi, congressi o manifestazioni sportive potrebbero prolungare la stagionalità delle località di mare e distribuire il flusso turistico lungo tutto l'arco dell'anno. Allo stesso modo il turismo montano, ancora troppo orientato alla neve, dovrebbe trovare nuova linfa nello sviluppo di nuove attività sportive legate ai giovani e alla natura.

Si assiste a un cambiamento nell'orientamento dei turisti sempre più sensibili ai temi della protezione dell'ambiente ed alla ricerca di una "esperienza" che passi attraverso il paesaggio, lo sport, i sapori locali. Inoltre i vacanzieri moderni prediligono soggiorni brevi non solo a causa della contingenza economica ma anche per differenziare le loro vacanze.

Si sono, inoltre, affacciati al mercato internazionale dei concorrenti agguerriti che hanno saputo adottare delle strategie di marketing fortemente orientate a questo nuovo tipo di turismo. Si pensi alla capacità della Maison de la France di organizzare la sua offerta turistica in circuiti tematici in modo da creare un prodotto differenziato ed intercettare più facilmente una domanda altrettanto variegata ⁽²⁾.

Le priorità programmatiche si possono, dunque, sintetizzare come segue:

- ✓ valorizzare un turismo dolce e sostenibile;
- ✓ creare un prodotto turistico in grado di incontrare una domanda sempre più variegata (turismo giovane, sportivo, d'affari, ecc.);
- ✓ prolungare la stagionalità e promuovere itinerari turistici minori.

¹ Ciset piano di sviluppo turistico triennale.

² Maison de la France <http://fr.franceguide.com/>

Da qui è nata l'esigenza di dotarsi di strumenti operativi capaci di orientare l'azione programmatica ed amministrativa regionale. Per raggiungere più facilmente gli obiettivi prefissati è infatti necessario individuare le zone che presentano delle potenzialità ancora inesprese e da sviluppare. A tal fine si sta delineando la Rete Escursionistica Veneta, in breve REV, diretta a rilevare le aree a valenza turistica sul territorio e di collegarle in un sistema di circuiti tematici. Questa mappa degli itinerari turistici esistenti potrà costituire uno strumento utile ad una azione amministrativa trasparente ed efficace che si può riassumere nei tre punti che seguono:

- ✓ mettere in rete i centri d'interesse turistico regionale;
- ✓ orientare i finanziamenti pubblici in materia di turismo;
- ✓ promuovere i circuiti-prodotto.

La REV è un insieme di piste ciclabili, canali navigabili e percorsi a cavallo esistenti a valenza interregionale, regionale, interprovinciale o provinciale che necessitano in parte di interventi strutturali da parte del settore pubblico ma che costituiscono già l'ossatura del sistema turistico regionale. La REV è una rete di circuiti che collega i centri alle periferie e che può far funzionare il sistema turistico veneto come un corpo unico. Un monitoraggio costante dei circuiti, il potenziamento della rete e la definizione di criteri comuni per la cartellonistica dovrebbe, in breve tempo, portare a una ridefinizione della forma del turismo in Veneto.

La predisposizione di questo strumento programmatico risponde prima di tutto all'esigenza di coordinare l'offerta turistica veneta e costruire le basi per promuovere il territorio in modo integrato. I circuiti-prodotto sono infatti un elemento chiave nella strategia di marketing futura. Capaci di collegare diverse tematiche e realtà, dall'arte alla cucina, dal paesaggio allo sport, e di attirare diverse tipologie di turista e grazie alla loro dimensione interprovinciale e interregionale, i circuiti, rappresentano uno strumento utile per la promozione unitaria ed efficace del territorio.

In tale contesto si colloca il progetto pilota "le ippovie", avviato per dare risposta alla domanda sempre crescente di turismo equestre. E' questo un segmento in continua crescita che suggerisce un modo di viaggiare "lento" e a stretto contatto con la natura.

In Veneto sono presenti solo percorsi ad anello e per superare questa dimensione ristretta si è pensato di disegnare dei percorsi lineari a valenza interprovinciale collegando i centri di maggior interesse turistico ai centri minori. In questo modo il visitatore ha modo di entrare in contatto con la realtà del territorio veneto e con i suoi prodotti eno-gastronomici e artigianali.

Il progetto si sviluppa nei seguenti punti:

- ✓ individuazione di percorsi a cavallo attraverso il Veneto;
- ✓ mappa dei siti d'interesse turistico lungo i percorsi;

- ✓ interventi infrastrutturali sui percorsi;
- ✓ promozione dell'investimento nei servizi per i turisti a cavallo (trasporto bagaglio, stalle, ecc.).

Le ippovie ipotizzate sono due:

1. Venezia - Belluno;
2. Chioggia - Asiago.

Un ulteriore esempio di come l'analisi dell'andamento turistico possa essere la base per elaborare una strategia per lo sviluppo del territorio è lo studio sul turismo congressuale elaborato con finanziamenti statali nell'ambito del progetto interregionale *Italia for Events*.

Nel 2006, Ca' Foscari formazione e ricerca, società strumentale dell'Università di Venezia, ha elaborato uno studio sullo sviluppo del turismo congressuale nel Veneto partendo da un monitoraggio dettagliato della realtà congressuale esistente. Sulla base dei risultati della ricerca il gruppo di lavoro è riuscito a individuare sul territorio regionale le aree con una chiara vocazione al turismo d'affari selezionandole in base alla tipologia di eventi che sarebbero in grado di ospitare: incontri ad elevata complessità o grandi eventi, incontri internazionali di fascia medio - alta oppure incontri elementari.

In base alla capacità del territorio di ospitare eventi si adottano strategie di sviluppo diverse. La creazione di Convention Bureaux è particolarmente indicata per le realtà in cui il turismo d'affari è già vivo e c'è bisogno di un maggior coordinamento e di una maggiore sinergia tra i soggetti che operano nel settore. Lo studio suggerisce che l'intervento pubblico dovrebbe concentrarsi sull'asse Verona – Venezia, per essere più efficace a livello internazionale sfruttando al meglio la rete di servizi e infrastrutture già esistenti (aeroporti, linee di treni veloci, autostrada, alberghi di grandi dimensioni, sale congressi e rete di servizi collegati).

Lo strumento della programmazione, necessario per destagionalizzare e diversificare il settore turistico, è indispensabile per un'equilibrata politica di sviluppo regionale dell'offerta turistico-ricettiva. Una recente analisi di Federalberghi Veneto (febbraio 2006) evidenzia per il comprensorio delle città d'arte nel 2005 un indice complessivo di utilizzazione netta dei posti letto alberghieri ed extralberghieri del 44,64%; per il comprensorio balneare l'indice di utilizzazione netta dei posti letto alberghieri ed extralberghieri nel 2005 è del 44,80%, per il comprensorio lacuale è del 50,67%, per il comprensorio montano del 23,57% ed, infine, per il comprensorio termale del 58,79%. Tali dati di immediata evidenza rendono quanto mai necessaria una programmazione del settore.

Inoltre tale strumento non può trovare esplicitazione in ambito meramente comunale, ma almeno provinciale; ne è un esempio il piano turistico di Firenze del 2000 che, limitando

l'attenzione all'ambito comunale ed al contingentamento delle strutture ricettive alberghiere e dei campeggi, ha portato, da un lato, al sorgere indiscriminato di strutture ricettive nei comuni della cintura fiorentina e, dall'altro, all'esplosione dell'offerta extralberghiera ad eccezione dei campeggi.

In assenza di una programmazione che tenga conto del settore turistico si rende necessaria una moratoria all'espansione delle strutture ricettive turistiche che consenta solo la sostituzione di strutture obsolete da dismettere.