

I Sistemi Turistici Locali nella nuova Legge Quadro sul Turismo.

2

Una proposta della Provincia di Genova, la Camera di Commercio e l'Assindustria di Genova

La nuova legge quadro sul turismo (Legge 29/3/2001, n. 135 "Riforma della legislazione nazionale del Turismo") prevede, all'art. 5, l'introduzione e la definizione del **Sistema Turistico Locale** (di seguito **STL**) con l'indicazione delle modalità di reperimento delle risorse finanziarie da destinare al sostegno di progetti di sviluppo predisposti dagli stessi STL.

La Provincia di Genova, la Camera di Commercio e l'Assindustria di Genova hanno, da subito, avviato una prima riflessione di approfondimento sull'argomento ed hanno convenuto sull'opportunità di verificare la possibilità di far nascere sul territorio uno o più STL anche mediante la ricerca di opportuni partners con i quali condividere l'idea di partenza (di massima) e le successive strategie.

L'amministrazione provinciale di Genova, probabilmente, si è trovata in posizione di indubbio vantaggio rispetto al nuovo istituto giuridico in quanto già "rodato" in esperienze molto simili quali quelle dei Patti Territoriali e per il non trascurabile fatto di aver praticamente portato a compimento il PTC.

Entrambe le esperienze hanno rafforzato in seno all'Amministrazione Provinciale l'abitudine alla ricerca del partenariato stabile tra soggetti pubblici e privati nonché l'idea della dimensione territoriale quale ambito all'interno del quale definire i piani di sviluppo integrato del territorio.

Vedremo tra poco che tutti questi concetti torneranno nella definizione degli STL.

Cosa sono gli STL?

L'art 5, comma I, della L. 135/2001 definisce gli STL "i 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".

La definizione contiene tre elementi fondamentali sui quali occorre riflettere:

1) la localizzazione (la dimensione territoriale)

La destinazione turistica (il prodotto oggetto dell'offerta) viene, giustamente, intesa come area omogenea con proprie e peculiari caratteristiche e ciò in virtù di significativi (ed altrettanto peculiari) poli attrattivi, di diverso tipo, attuali o in potenza.

"Locale" deve venire a significare la necessità della definizione di uno spazio ben caratterizzato da peculiarità culturali, ambientali e produttivi.

2) il concetto di sistema

L'STL viene inteso come insieme coerente ed integrato di più fattori. Gli elementi che lo compongono devono, per diventare sistema, poter essere combinati in prodotti turistici in grado di soddisfare target specifici.

La parola sistema, però, esprime anche la necessità del coinvolgimento coordinato di tutti i soggetti interessati al fenomeno turismo e la consapevolezza (ed è questo, forse, che realmente crea il "sistema") della reciproca interdipendenza.

3) la strategia di processo (l'offerta turistica)

E' il concetto fine del sistema: la capacità di offrire una gamma di prodotti composti da beni, servizi, fattori attrattivi naturali, culturali, produttivi in grado di soddisfare le domande di vacanza o di buon impiego del tempo.

In altri termini il processo da innescare è quello che consente di generare valore per le risorse, per i residenti e per la creazione di nuove opportunità occupazionali.

L'opportunità offerta dalla nuova legge quadro appare quindi tra quelle da cogliere senza esitazione.

L'STL, così come delineato dalla legge, si rifà ai principi dello sviluppo sostenibile, del rispetto e della valorizzazione delle specificità locali, del partenariato diffuso e della capacità di interagire tra soggetti pubblici e privati.

D'altra parte si individua come strategia di sviluppo turistico la capacità di un dato territorio di presentarsi e di "vendersi" in ragione delle proprie peculiarità che sono rappresentate anche dalla rete delle imprese presenti su una data area.

Definito l'STL, occorre riflettere sulle modalità di costruzione e di funzionamento.

Il II comma dell'art. 5 cita testualmente: "Gli enti locali o soggetti privati, singoli o associati, promuovono i sistemi turistici locali attraverso forme di concertazione con gli enti funzionali, con le associazioni di categoria che concorrono alla formazione dell'offerta turistica, nonché con i soggetti pubblici e privati interessati".

Emerge chiaro dal dettato legislativo che l'iniziativa per l'avvio degli STL spetta, anche disgiuntamente, a soggetti diversi che vogliano attivare processi di sviluppo turistico locali fermo restando il requisito dell'omogeneità del territorio che costituisce il prodotto turistico sul quale il legislatore concentra l'attenzione; la possibilità di iniziativa disgiunta, tuttavia, nulla sembra togliere al fatto che la creazione degli STL implichi il coinvolgimento della pubblica amministrazione e del settore privato protagonista della creazione dell'offerta turistica e ciò all'interno del più ampio concetto di quella programmazione negoziata che viene a costituire vero elemento di novità della riforma legislativa.

Occorre quindi concentrare l'attenzione, più che sul momento propositivo o sulla sua paternità, sulla fase dell'accordo tra più soggetti interessati che, nel mondo del turismo più che altrove, ha da sempre vissuto sull'inestricabile "abbraccio" tra pubblico e privato e mai ne ha potuto fare a meno.

Premesso quanto sopra e data per conclusa la fase dell'accordo, occorre analizzare i successivi passaggi necessari per la "formalizzazione" dell'accordo.

A questo riguardo provvede il terzo comma dell'art. 5 il quale prevede la necessità del riconoscimento regionale, e ciò sia per favorire l'integrazione tra politiche del turismo e di governo del territorio sia per la successiva attribuzione dei finanziamenti volti al sostegno dei progetti di sviluppo attorno ai quali gli STL sono stati immaginati.

Lo stesso terzo comma sembra lasciare ampia libertà di scelta sia in ordine al tipo di iter procedurale che condurrà alla fase riconoscitiva sia in ordine al tipo di atto amministrativo conclusivo dell'iter sia, più in generale alla forma giuridica che l'STL potrà assumere; ciò, probabilmente, e molto intelligentemente, al fine di consentire ampia flessibilità alle strutture organizzative.

Dovrà, quindi, risultare tra i primi compiti in agenda del costituendo STL quello della scelta della propria forma giuridica, anche se, alcune preve indicazioni potranno essere fornite in fase di trattativa; la Provincia di Genova che vanta qualche esperienza in situazioni analoghe sarà in grado di fornire la gamma delle possibilità e sottoporla alla scelta dei partners.

Tuttavia, qui sembra possibile anticiparlo, l'espresso richiamo operato dalla L. 135/2001 al d.lgs. 267/2000 sembra indirizzare verso le convenzioni per l'esercizio coordinato di funzioni pubbliche o i consorzi per la gestione associata di servizi, ferma restando, lo si ribadisce, l'ampia libertà lasciata dal legislatore; è infatti possibile riconoscere ampie analogie tra gli STL ad alcuni già esistenti modelli di programmazione negoziata quali i patti territoriali, gli accordi di programma, i contratti d'area.

Qui è forse ancora il caso di sottolineare, cosa che sarà condivisa da tutti, che qualunque sarà la forma scelta, dovrà essere caratterizzata da una capacità gestionale improntata ai principi di snellezza, semplicità, economicità e trasparenza.

Gli STL, considerato come nuovi sistemi di organizzazione sul territorio vengono individuati dalla legge di riforma come destinatari di risorse riservate al settore del turismo con lo scopo dichiarato di incentivare forme di aggregazione tra le imprese, progettare iniziative intersettoriali, sostenere interventi infrastrutturali, favorire processi di riqualificazione dell'offerta, condividere programmi innovativi.

Il comma quarto dell'art. 5 della L. 135/2001 prevede che le Regioni definiscano le modalità e la misura del finanziamento dei progetti di sviluppo degli STL, nell'ambito delle finalità indicata dalla stessa legge, nei limiti delle risorse disponibili presso il Fondo di cofinanziamento per l'offerta turistica che il successivo art 6 istituisce presso il Ministero dell'Industria; il comma sei dello stesso articolo 5 prevede la possibilità di ulteriore destinazione di risorse a favore di STL al cui interno siano presenti comuni caratterizzati da un afflusso di turisti tale da alterare, in un periodo dell'anno non inferiore a tre mesi, il parametro dei residenti.

Premesso quanto sopra brevemente illustrato, e con la convinzione di trovarsi d'innanzi ad una opportunità che può risultare determinante per lo sviluppo turistico (e non solo) del territorio per i prossimi anni, la Provincia di Genova, la Camera di Commercio e l'Assindustria di Genova intendono proporre un'ipotesi di percorso articolata come di seguito esposto.

Occorre ancora premettere che, anche sulla base degli studi effettuati in occasione della stesura del PTC, gli STL che appaiono, da subito, di possibile costituzione sul territorio della Provincia sono due, entrambi già individuati, in detta sede, come "distretti turistici", ossia come aree funzionali con potenzialità di offerta turistica integrata in termini di capacità ricettiva, risorse ambientali e/o culturali, infrastrutture: l'uno potrebbe corrispondere al c.d. "genovesato", avrebbe come polo di attrazione la città di Genova e, oltre a questa, potrebbe/dovrebbe comprendere la Riviera di Levante fino al Golfo paradiso (area di tradizionale gravitazione "genovese"), la Riviera di Ponente, la Valle Stura, la Valle Scrivia (ed adiacenti valli minori) e la Val Trebbia; l'altro potrebbe corrispondere alla Riviera di Levante fino a Moneglia e tutto il relativo entroterra (Val Graveglia, Fontanabuona, Stura e Aveto)

Un terzo possibile STL, la cui possibilità è ampiamente prevista dalla L. 135/2001 potrebbe essere interregionale e comprendere l'area appenninica omogenea tra la provincia di Genova, Alessandria, Pavia, Piacenza e Parma; a tale riguardo va segnalata l'esistenza di già avviati rapporti di collaborazione a livello istituzionale tra detti territori.

IPOTESI OPERATIVA PER LA REALIZZAZIONE DI SISTEMI TURISTICI LOCALI

(Nota illustrativa)

A. Riferimenti normativi

- *Legge 29 marzo 2001, n. 135 "Riforma della legislazione nazionale del Turismo".*
- **art. 5** *L'articolo prevede l'introduzione e la definizione del Sistema Turistico Locale (di seguito STL). La legge attribuisce competenza alle Regioni per il riconoscimento del/i STL sulla base di parametri che la Regione stessa provvederà a definire.*

B. Costituzione del Comitato Promotore per il riconoscimento del/i STL

Soggetti promotori (elenco aperto)

- *Provincia di Genova*
- *Assindustria Genova*
- *Camera di Commercio di Genova*
- *Consorzi di imprese turistiche o Imprese turistiche associate (crocieristiche, Organizzazione Convegni, Gal, alte Organizzazioni per valorizzare entroterra e litorale)*

C. Mission del Comitato

1. *Coordinare i rapporti con l'Ente Regione;*
2. *Realizzare le attività necessarie per far riconoscere uno o più Sistemi Turistici Locali;*
3. *Avviare iniziative e progetti, anche per filiera di attività, i quali costituiranno l'ambito operativo su cui si svilupperà l'attività concreta del/i STL (indicate di seguito e disciplinate dall'art 5 legge quadro n. 135/2001).*

D. Obiettivi del Comitato per la realizzazione del/i STL

1. *Il riconoscimento del/i STL consentirà di ottenere agevolazioni di carattere finanziario per la realizzazione delle attività di cui sub C 3).*
2. *Snellimento delle procedure amministrative (rilascio autorizzazioni, licenze, nulla osta)*

E. Obiettivi del/i STL

- 1. Sostenere attività specifiche, nonché processi di aggregazione tra le imprese turistiche anche in forma cooperativa e consortile;*
- 2. Attuare interventi intersettoriali ed infrastrutturali necessari alla qualificazione dell'offerta turistica;*
- 3. Promuovere il marketing telematico di progetti turistici tipici, per l'ottimizzazione della relativa commercializzazione in Italia e all'estero;*
- 4. Sostenere la qualificazione delle imprese turistiche con particolare riferimento allo sviluppo di marchi di qualità, di certificazione ecologica e di club di prodotto, nonché alla tutela dell'immagine del prodotto turistico locale.*