

Distretti turistici tra sviluppo locale e cooperazione interregionale

IORELLA DALLARI

in Bencardino F., Prezioso M. (a cura), *Geografia del turismo*, Milano: McGraw-Hill, 2007, pp.194-218.

Il turismo rappresenta un fattore importante nei processi di sviluppo economico quando risulta un elemento integrato nella dimensione territoriale, cioè si esprime attraverso processi di integrazione e di cooperazione sociale e politica. Il modello di sistema locale si presenta quindi fondamentale, come si evince dall'esperienza del distretto industriale, anche per il turismo. Le politiche nazionali e regionali e le esperienze internazionali dimostrano con chiarezza l'importanza di tale rappresentazione territoriale

1. Il modello del Distretto industriale per lo sviluppo turistico

Le esigenze di sviluppare e conservare condizioni di benessere economico e sociale, insieme alle risorse ambientali, si va sempre più confrontando nel territorio dalla scala globale a quella locale, sia nelle regioni in ritardo economico come in quelle sviluppate, individuando differenti livelli di sviluppo e diversità economiche e sociali marcate. L'obiettivo, poi, di armonizzare le condizioni di sviluppo regionale incontra molti ostacoli, perché polarizzazione e marginalità si evidenziano nei processi insediativi e di urbanizzazione, fenomeni che si ritrovano nelle aree metropolitane e nelle agglomerazioni economiche in Europa come nel resto del mondo.

Nella realtà, la globalizzazione ha giocato un ruolo importante nel rafforzare la scala regionale rispetto a quella nazionale, piuttosto che rendere conformi le diverse situazioni geografiche; alla scala locale, gli elementi costitutivi dell'identità territoriale, formata dall'insieme delle componenti imprenditoriali, della forza-lavoro, delle istituzioni pubbliche, delle reti locali e sovralocali, delle amenità ambientali, della qualità della vita, di fatto rappresentano nella loro somma un vantaggio competitivo e rendono visibile nel panorama generale gli stessi organismi territoriali. Ne consegue che l'affermazione della globalizzazione del mercato insieme alla dimensione locale non esprime un contrasto: nella realtà geografica i fenomeni globali hanno necessità pragmatica di ancorarsi al territorio, o meglio a sistemi geografici, che tanto più sono forti tanto più possono essere interpretati come aree-sistema, distretti specializzati, come quelli industriali, mentre i sistemi locali deboli o le aree geografiche frammentate dal punto di vista economico e sociale divengono sempre più marginali e povere.

La dimensione locale, si presenta così come riferimento geoeconomico delle competitività e dello sviluppo, soprattutto grazie agli studi sul distretto industriale (DI, Becattini G., 1987) e sull'area-sistema (Garofoli G., 1991), sul sistema locale di lavoro (SLL, AA.VV., 1997), sul sistema locale sostenibile (SLS, Cencini C. e Menegatti B., 2001) e sul sistema locale territoriale (SloT, Dematteis G., 2001), senza parlare del conseguente contributo legislativo al tema (Dallari F., 2002) per la sua individuazione territoriale e legale. Tutto ciò porta ad affermare come lo sviluppo abbia bisogno di essere localizzato in un sistema locale territoriale

a forte densità relazionale ed a elevata organizzazione, e che lì si conservi per i marcati vantaggi competitivi. (1 approfondimento endogeno/esogeno; 2 approfondimento glossario DI, area-sistema, SLL, SLS, SloT; Fig.1a e Fig.1b DI in Italia; Fig.2a e Fig.2b i SLL in Italia).

Sebbene si sia constatato che la globalizzazione insista sugli stessi luoghi, dove da tempo i sistemi produttivi sono radicati e strutturati, appare strategico pensare che il sistema locale possa costituire in generale un modello efficace per le politiche anche in ambiti spaziali “deboli” attraverso un'azione di ricomposizione territoriale. È altresì ragionevole che il modello del distretto possa realizzarsi non solo e specificatamente riferito ai sistemi produttivi, ma anche ad altri sistemi economici, sociali e politici; la storia dei luoghi presenta fenomeni di continuità spaziale, ma anche fenomeni di creazione e soprattutto di innovazione mirati allo sviluppo territoriale, basato su risorse specifiche e dinamiche endogene, dove proprio il prodotto turismo, per le regioni italiane in particolare, può costituire un'opportunità fondamentale. Lo dimostrano le politiche di sviluppo nelle regioni comunitarie più forti, un tempo tutte protese verso un modello di economia manifatturiera, oggi invece orientate a trasformare sovente la propria economia in economia del territorio con particolare attenzione alla componente culturale e turistica. Lo manifestano i continui riferimenti legislativi ai sistemi territoriali locali, definiti nel quadro regionale e globale come unità di indagine nell'analisi dello sviluppo, dove si combinano le caratteristiche di un modello produttivo, di un modello spaziale e di un modello sociale.

Si può, o si deve dunque, considerare la strategia del sistema locale anche per il turismo, sia come industria che ambiente di vita? Perché non fare riferimento ad uno sviluppo locale in altri contesti economici, secondari¹, ma pur sempre di primissimo piano, come nell'ambito turistico e del tempo libero? Perché non mirare anche ad una valorizzazione di sistemi locali turistici e ricreativi, in particolare alle destinazioni di prossimità, messe in risalto dalla crescente richiesta di nuovi turismi, già prima di questa fase di gravissimi tensioni internazionali?

A partire dalle storie di successo economico dei DI presenti nelle regioni italiane dell'Italia del Nord-Est-Centro (NEC), è emersa come la condizione territoriale specifica costituisca il vantaggio competitivo vincente. Il di più dei distretti è rappresentato dal fatto che la competitività delle singole organizzazioni presenti nell'ambito territoriale è rafforzata dal legame spaziale che esse stabiliscono tra di loro e dalla sovrapposizione tra la dimensione economica e quella della vita locale: reti interpersonali, cultura, politica, politica locale, spirito di emulazione e patrimonio di saperi artigianali, insomma saper fare e saper essere (Dallari, 2006).

Il successo economico, o meglio territoriale del DI all'italiana può orientare a medesime politiche in campo turistico? Sembra intuitivo dare una risposta positiva, sulla base di una letteratura scientifica, di una legislazione e di una serie di politiche a partire proprio dal terzo millennio.

2. Dai luoghi all'integrazione territoriale del Distretto Turistico

Pensare al sistema Italia come un insieme di sistemi turistici locali non corrisponde alla sua geografia, dove si rilevano situazioni ancora molto frammentate, scomposte e spesso in forte competizione nella dimensione locale, sorte in modo spontaneo e per lo più disordinato. Tuttavia si presenta strategico immaginare le nostre regioni in una prospettiva di distretti turistici (DT) in grado di ripetere i successi dei DI nel territorio e nello scenario

¹ Qui si intende secondari nella prima accezione di secondi, cioè che seguono il primo modello dei distretti industriale, ma anche secondi in ordine d'importanza economica soprattutto nella fase di avvio nel settore turistico.

internazionale. Questo richiede delle politiche e dei comportamenti locali in grado di fare sistema dei centri turistici, in una logica territoriale a scala regionale e nazionale.

Gli elementi potenziali e le capacità imprenditoriali presenti nel sistema turistico nazionale sono veramente importanti, ma per ora hanno contribuito in maniera parziale alla fioritura di un numero circoscritto di sistemi locali turistici forti e ben poco a processi di ricomposizione territoriale a macroscale; anzi proprio l'allometria dell'offerta turistica ha provocato spesso dei processi di frammentazione territoriale, come nelle aree di montagna o tra i litorali e il loro retroterra. Tutto ciò influisce sul posizionamento internazionale dell'Italia, sempre più debole anche per la fragilità dei suoi sistemi locali. Tuttavia la forte crescita quantitativa e qualitativa della domanda turistica a livello internazionale esige una politica ed una gestione delle risorse turistiche innovativa rispetto al passato. Negli anni Cinquanta l'Organizzazione Mondiale del Turismo (WTO) registrava 25 milioni di arrivi di turisti internazionali; dieci anni dopo erano già quasi 70. In quaranta anni, il dato iniziale era aumentato ben diciotto volte (451 milioni nel 1990; **Tav.1**) per raggiungere nelle previsioni del 2020 oltre 1560 milioni, di cui quasi 378 di turismo definito "lontano" dal WTO, cioè con spostamenti internazionali di piccola scala. Bastano questi pochi dati per comprendere l'importanza del fenomeno, sempre più globale e che nei prossimi quindici anni subirà delle performance veramente marcate, tali da esigere un impegno scientifico e politico ampio, integrato e condiviso sia a livello regionale che di grandi aree.

Tav.1. Arrivi di turisti internazionali (in milioni)

Grandi aree	1990	2000	2010	2020
Europa	277,2	389,6	527,3	717,0
Africa	15,0	28,6	47,0	77,3
Medio Oriente	9,8	24,3	35,9	68,5
Asia dell'Est/Pacifico	54,5	108,8	195,2	397,2
Asia del Sud	3,2	6,1	10,6	18,8
America	91,7	128,2	190,4	282,3
Totale	451	686	1006,4	1561,1

Fonte: WTO, 2004.

La forte differenziazione di domanda, poi, si traduce in una molteplicità di turismi già in atto e attesi in forma più diffusa nel prossimo decennio, con la ricerca di prodotti nuovi, di mete capillari, di risposte segmentate, di offerte arricchite in sistemi locali turistici organizzati. Così, se anche nei turismi, da una parte, emergono prodotti a competitività globale, cresce, dall'altro, la domanda di consumi turistici a esclusiva potenzialità di offerta locale: non è più l'offerta che fa il mercato, ma la domanda! La complessità dell'offerta, comunque, si rivela un grande motore d'innovazione insieme alla capacità di presentare sui mercati internazionali la propria offerta, sempre più orientata alla conservazione ed alla valorizzazione del *milieu* e del patrimonio culturale, o meglio territoriale. Tutto questo è già presente in molti contesti turistici, dove immagine e proiezione internazionale sono consolidate, e dove il territorio costituisce una risorsa ubicata per eccellenza ed un potenziale Valore Aggiunto Territoriale (VAT). Tuttavia, nel contesto nazionale, non appare pertinente neppure parlare di Sistemi Locali di Offerta Turistica (SLOT) se non a microscala. Ormai da tempo teorizzato, il concetto di SLOT viene inteso come tutte quelle nuove forme di aggregazione territoriale potenzialmente capaci di coagulare e irrobustire le vocazioni, le attrattive, le dotazioni e i servizi turistici insediati in una determinata area, sulla base di processi di unioni e associazioni tra attori privati e pubblici; si tratta di uno spazio definito (un sito, una località, un'area) in grado di proporre al visitatore un'offerta articolata e integrata, realizzando un sistema di ospitalità turistica specifica e distintiva che valorizza le risorse e la cultura locale secondo l'approccio di un'*accommodation* territoriale con attrattive di base, costituite *in primis* dalla cultura e dalla natura, dagli eventi all'enogastronomia, da nuove esigenze di

benessere fisico al turismo degli affari e congressuale sino a quello dello shopping; l'ospitalità si gioca sempre più nella capacità di soddisfare un appagamento complessivo nell'uso del tempo libero, appunto un'*accommodation* basata sulla ricettività, la ristorazione, i prodotti tipici, vale a dire il territorio con i suoi luoghi. Qualità e benessere interiore sono la nuova filosofia del viaggiatore moderno, fenomeno che pretende una strategia dell'attenzione territoriale². I DT, comunque, si sono formati spontaneamente solo in casi eccezionali (sistemi locali di Rimini, di Cortina d'Ampezzo e Ischia) perché manca un'identità forte di sistema locale turistico e quasi sempre non si raggiunge una massa critica economicamente efficiente, né si presenta una carica innovativa tra le aziende direttamente e indirettamente legate al turismo e nel sistema nel suo insieme.

Tuttavia il DI, alla stregua dello SloT, può essere considerato come modello strategico di eccellenza per avviare processi innovativi di sviluppo endogeno e territoriale in un prospettiva internazionale.

3. La ricerca dei DT dell'Acì-Censis

Di fronte alle problematiche finora illustrate, l'Acì ed il Censis Servizi (2001) ha avviato una ricerca per mettere in luce e riflettere sulla debolezza turistica del sistema Italia; individuare a scala nazionale dei possibili DT con la messa in campo di una strategia, che individua a fini progettuali una mappa (Fig.3), dove i DT sono definiti come possibili e auspicabili sistemi di aggregazione di un'area più o meno ampia, reti potenziali capaci di formarsi in una prima fase per la loro prossimità geografica.

L'obiettivo della ricerca è di fornire strumenti e materiali per una ricomposizione territoriale più complessa e per superare la frammentazione e la debolezza dell'offerta turistica nazionale. Infatti, la tentazione, da parte di molte località, di promuoversi turisticamente in proprio e da sole, rischia di portare ad una frantumazione dell'offerta e di confinarsi quasi sempre nel ruolo di *località filtro* anziché in quello di *territori spugna*, che attraggono e intrattengono l'ospite, producendo valore aggiunto. Soddisfare la *Total Leisure Experience (TLE)*, che i nuovi turisti ricercano, cioè una pratica turistica e di tempo libero complessa e diversificata, richiede specializzazione e integrazione, segmentazione e terziarizzazione, che solo un sistema, ricco di attrattive, imprenditorialità, collaborazioni pubblico-privato, è in grado di organizzare e di offrire.

Lo studio cerca di individuare una strategia di promozione di un'offerta vasta, articolata e sistematica dei distretti turistici italiani, che nascono e si evolvono³ sulla base di:

- analisi e interpretazione delle tendenze della domanda di nuovi turismi;
- costruzione di una banca dati a livello comunale (livello elementare), con sufficienti basi di requisiti turistici;
- ipotesi di aggregazione e sviluppo dei comuni (per specializzazione, per integrazione, per segmentazione, per terziarizzazione) in sistemi più complessi e perciò in grado di investire, comunicare, attrarre, intrattenere, produrre valore aggiunto e soprattutto proporre affidabili bacini di offerta di *TLE*;
- mappa potenziale di DT e di altre unità suscettibili di aggregazione (Magnet, microaree con effetti di attrazione e Nuclei, microaree in stagnazione);

² L'ecoturismo e quello etico, rispettosi dell'ambiente naturale e sociale stanno diventando un *cult*; lo stesso vale per il turismo nei parchi nazionali di tutto il mondo, come segno di una profonda necessità di riannodare il legame tra l'uomo e la natura: crescono i viaggi del voler bene. Lo stesso si può affermare per i viaggi del benessere e del volersi bene come ricerca del tempo da dedicare a se stessi; i viaggi del gusto e dell'agriturismo ne sono ulteriore testimonianza (Dallari, 2006).

³ Non manca un riferimento all'azione legislativa, che non può essere, comunque, in grado di realizzare il proprio dettato senza un forte impegno e la partecipazione degli attori locali e degli organismi di ricerca.

- proposte di strategie evolutive che poi la dinamica dei soggetti locali pubblici e privati potrà sviluppare;
- strumenti di sostegno idonei a definire una strategia di evoluzione di ciascun distretto, costituiti da scenari e *vision, check up* della situazione⁴, analisi dei clienti potenziali, verifica dei concorrenti, valorizzazione dei fattori di offerta, strategie conseguenti di comunicazione e vendita, pacchetti prescrittivi di interventi e di investimenti, ruolo dei diversi soggetti pubblici e privati;
- valorizzazione delle aperture e delle risorse messe in campo sui distretti, per la prima volta, dalla nuova legge quadro sul turismo L. n.135 del 29 marzo del 2001.

Tutto ciò suggerisce una nuova possibile lettura dell'offerta turistica italiana che si basa sul turismo di destinazione, cioè sulle vocazioni naturali (mare, arte, montagne, ecc.), ma supera la tradizionale lettura per punti (i comuni turistici) o per linee (la Versilia, la costiera amalfitana o quella romagnola) o per sistemi (la Val Gardena, la Val Pusteria, ecc.) e si orienta verso forme di aggregazione, come nei distretti industriali, per assumere forme e dimensioni critiche dell'offerta, in grado di andare incontro alle tendenze della domanda, nella sua accezione di *TLE* e alle strategie di intrattenere turisti (distretti spugna) per produrre valore aggiunto; questo comporta anche un nuovo orientamento verso il turismo tematico, che si basa sul patrimonio culturale nella sua accezione più ampia, e che coinvolge il territorio nella sua globalità.

Gli elementi che in questo studio hanno permesso di identificare i distretti turistici, sono riferiti al particolare tipo di prodotto quale è quello turistico, ossia non un prodotto nella tradizionale accezione del termine, ma piuttosto un sistema di offerta, cioè un insieme di prodotti, servizi ed informazioni, per interagire sempre più con la domanda, e cioè:

- il grado di terzizzazione, indicatore sul quale Aci-Censis Servizi ha costruito il *rating* dei distretti e che rappresenta il quadro di evoluzione dell'offerta di servizi ed attrattive dei diversi distretti, sia in relazione alle vocazioni primarie (stabilimenti balneari o porti per la vocazione marina, funivie e scuole sci per la vocazione montana, ecc.);
- la qualità della ristorazione, che rappresenta la concentrazione di punti di ristorazione di alta qualità;
- la qualità dell'ospitalità, che rappresenta la concentrazione di alberghi segnalati dalle più importanti guide turistiche;
- la segmentazione della ristorazione, che rappresenta il grado di diversificazione dell'offerta gastronomica (ristoranti, pizzerie, wine bar, ecc.);
- la segmentazione dell'ospitalità, che rappresenta il grado di diversificazione dell'offerta alberghiera (numero di stelle);
- l'antinomia tra omogeneità e integrazione, che rappresenta il grado di intreccio delle vocazioni dei diversi comuni che costituiscono il singolo distretto. Il distretto omogeneo è quello nel quale prevale in modo netto una vocazione prevalente, il distretto integrato è quello nel quale si rimescolano differenti vocazioni d'offerta (mare e terme, cultura e montagna, ecc.);
- il plus enogastronomico, che rappresenta l'esistenza di un ulteriore fattore attrattivo oltre quello di genere.

4. La mappa dei Distretti Turistici dell'Aci-Censis

⁴ Si fa riferimento all'indagine SWOT, utilizzata nell'ambito del marketing urbano e territoriale per individuare i punti di forza e di debolezza interni ad un'area di studio (analisi microeconomica) e le minacce e le opportunità esterni (analisi macroeconomica).

I comuni italiani con una vocazione o un'attrattiva turistica sono 3.123 su 8.100, pari al 38% del totale (sono esclusi i 21 comuni capoluoghi di regione); in essi risiedono oltre 28 milioni di cittadini italiani. In questi comuni, che hanno assorbito nel 1998 oltre 220 milioni di presenze turistiche, operano 20.000 ristoranti e 26.000 alberghi. La regione con più alto tasso di comuni a vocazione turistica è la Val d'Aosta con il 98,6%, seguita dal Trentino (69,0%), Calabria (62,1%), Liguria (61,3%)⁵.

I 3.123 comuni con potenzialità turistiche sono distribuite in tre forme territoriali :

- i nuclei, cioè comuni singoli o aggregati di 2/3 comuni con attrattive turistiche leggere ed in stagnazione; complessivamente 167 con 224 comuni;
- i magneti, cioè comuni singoli o aggregati di 2/3 comuni con attrattive turistiche forti con trend positivo; complessivamente 39 con 58 comuni;
- i distretti, cioè aggregati di 4 o più comuni con attrattive turistiche complementari attorno ad almeno un comune forte; complessivamente 299 distretti di cui: 29 distretti integrati con 287 comuni; 96 distretti a vocazione marina con 777 comuni ; 37 distretti a vocazione culturale e storica con 273 comuni; 137 distretti a vocazione prevalentemente montana con 1.504 comuni.

Le regioni che presentano tutte le tipologie di aggregazione (dai nuclei ai diversi distretti) sono la Campania, la Sardegna, il Veneto, la Toscana. Il numero più alto di forme territoriali si riscontra in Lombardia con 85 aggregati, seguito dal Piemonte con 58, dalla Sicilia con 36 ed il Veneto con 34; il più basso numero di forme territoriali si riscontra in Val d'Aosta con 2, in Umbria ed in Molise con 8.

Oltre che a scala nazionale, l'analisi dei distretti turistici è stata aggregata a livello regionale⁶, per evidenziare il quadro sintetico di ogni regione italiana (comuni turistici, distretti, ecc.), per indicare una carta con l'individuazione di tutte le aggregazioni per tematismo e tipologia, un data-base con l'indicazione dei comuni, gli indici di terziarizzazione e la graduatoria dei rispettivi *ranking* tematici, il *rating* delle dotazioni, ed alcuni indici descrittivi (rapporto presenze/residenti, grado di integrazione).

Giova ricordare anche l'analisi condotta dal Comitato Mezzogiorno di Confindustria, in collaborazione con Progetto Europa Regions (Sole24 Ore, 31-7-2002), che ha preso in considerazione tutti gli oltre 2500 comuni meridionali, incrociando una serie di informazioni, quali: le risorse esistenti con i fattori infrastrutturali e di attrattività del territorio; i dati sulla consistenza, varietà e qualità del sistema imprenditoriale; il grado di notorietà e desiderio, accompagnati dall'eventuale presenza sui canali dell'intermediazione all'estero; i progetti imprenditoriali, individuati mediante le domande presentate per ottenere i contributi nazionali e considerando anche gli investimenti attesi da queste iniziative.

Su oltre 2500 comuni meridionali, ne sono stati selezionati 500 che hanno permesso di identificare 39 DT, di cui 17 già configurati e 13 ad uno stadio di promettente potenzialità. La Sicilia è la regione con il maggior numero, con 10 DT, suddivisi nelle varie categorie identificate dallo studio, ovvero i distretti del Catanese, del Palermitano, di Taormina, di Messina, i sistemi urbani di Agrigento, Ragusa e Siracusa, i distretti potenziali del Trapanese, e di Sciacca, oltre a quello insulare delle Eolie. La Puglia presenta il maggior numero di comuni turistici, con il 29,5% del totale.

In conclusione, si tratta pur sempre di ipotesi di lavoro, e non di realtà geografiche, se non nei casi eccezionali già indicati, come la Riviera romagnola o la Versilia. Non mancano tentativi

⁵ La graduatoria delle vocazioni regionali non ha la caratteristica di una classifica né qualitativa né di merito, essendo troppe le variabili morfologiche, storiche, ecc. che incidono sulla formazione di una vocazione.

⁶ Nel caso dell'Emilia-Romagna, il quadro dei DT si presenta abbastanza articolato e in grado di avviare dei processi di Valore Aggiunto Territoriale forte anche in un'ipotesi di connessione tra i numerosi DI, o meglio tra i clusters regionali che da tempo hanno avviato un profondo fenomeno di ricomposizione territoriale e di regionalizzazione, a cui si accompagna un *government* ed una *governance* molto attiva e partecipata.

di aggregazioni, o meglio reti, di ambiti turistici limitati, esiti di ricerche che hanno avviato i Sistemi Locali di Offerta Turistica. Ma è con la legge quadro n.135/2001 che si devono una serie di politiche regionali volte a identificare e mettere in atto Sistemi Turistici Locali, con modalità e soluzioni molto diverse tra regione e regione.

5. I Sistemi Turistici Locali nel quadro nazionale: le *policies* per il turismo

In questo scenario si è mosso il legislatore nazionale con la L.135/2001, che promuove i Sistemi turistici locali (STL), sfere territoriali dove sviluppare l'economia turistica attraverso una nuova cultura imprenditoriale incentrata sulla collaborazione tra imprese e enti locali. Più precisamente con l'art.5 si definiscono i STL come *“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 della presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate”*. L'obiettivo principale è quello di favorire l'aggregazione degli attori locali (imprenditori, amministratori, addetti in ogni settore e altro) con lo scopo di produrre reti territoriali e di comunicazione attorno ai giacimenti naturali, culturali, gastronomici e artigianali, per innovare ed avviare nuovi modelli turistici, tali da creare condizioni di un'evoluzione territoriale.

La convinzione che il settore turistico vada considerato in un'ottica di sviluppo locale per le sue caratteristiche è sempre più condivisa, perché è un fenomeno che può essere consumato solo in loco, non è riproducibile, può essere fruito solo in presenza e non a distanza ed è parte di un settore ad alta intensità di lavoro, in grado di creare molta occupazione. E questo accresce il valore del sistema turistico locale come strumento di potenziamento e nel contempo rappresenta una fase nel lungo processo di riflessione sul tema generale del sistema locale.

La nascita dei Sistemi Turistici Locali (STL), con precisi connotati legislativi alla luce della legge quadro n. 135/2001, permette di pensare al territorio nazionale senza soluzione di continuità; qui gli elementi portanti del progetto sono proprio:

- il sistema, vale a dire l'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, il quale 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, costituita dalla gamma di prodotti turistici, o meglio dalle diverse parti di un unico prodotto turistico⁷, composta da beni, servizi, fattori di attrattiva sociale, culturale, economica, naturale in grado di soddisfare la domanda globale di visita e soggiorno espressa dal turista.

Dalla fine degli anni Novanta, si è innescato un processo politico che ha visto le Regioni italiane avviate ad assumere nel bene e nel male il proprio “destino turistico”; con una serie di leggi regionali direttamente o indirettamente interessate al turismo non è stato da poco. Tra il 1970 al 2004⁸, le Regioni hanno dato vita a circa 3.400 leggi con oltre 76.500 articoli (Tab. 2), senza intaccare uno scenario di sviluppo ormai in atto: un'Italia del Nordovest e del Nordest e parte del centro interessata da un'economia turistica importante e un'Italia del Sud, a partire dall'area napoletana esclusa, debole e di scarso valore, quasi una provocazione di

⁷ La messa a punto di un processo che attraverso lo sviluppo di uno SLOT funga da volano all'economia locale si articola in quattro fasi principali : la progettazione del sistema locale, l'implementazione, la formazione ed il monitoraggio, (<http://www.cittadelleopportunita.it>).

⁸ Si tratta di 34 anni, senza contare l'impegno delle Regioni e Provincia a statuto speciale, già in essere.

fronte alle sue ricchezze culturali e naturali di cui è dotata e che potrebbero divenire fattori di competizione eccezionale.

Sulla base delle riflessioni di Furlan (2001), si può affermare che il crocevia del complesso insieme di azioni di *policy* che hanno effetti, in maniera diretta o indiretta, sulla sfera delle attività turistiche, si possono raggruppare in quattro categorie (Grandi, 2006):

- *Politiche esogene rispetto al sistema turistico*, cioè quando gli interventi decisi sono effettuati indipendentemente dai loro effetti sul turismo, quindi il settore ne è condizionato e deve gestirne gli effetti (ed esempio gli interventi di politica fiscale, di politica monetaria, di politica del lavoro, etc.);
- *Politiche che agiscono su servizi indivisibili*, in altre parole quelli di cui possono fruire contemporaneamente più utenti (ad esempio gli interventi che riguardano i beni ambientali, culturali ed i trasporti);
- *Politiche che agiscono sulla domanda turistica* (ad esempio i provvedimenti che intervengono a favore della destagionalizzazione delle vacanze, misure per la gestione della destinazione, politiche a favore dei consumatori);
- *Politiche industriali a favore del turismo*.

Tuttavia queste politiche si arenano o poco incidono se non là dove la collettività è basata su un agire integrato e coeso e il territorio è orientato a forme di sistema. Inoltre, la crisi del comparto turistico italiano nello scenario internazionale è sempre più evidente negli ultimi anni, a dispetto dei tentativi, studi e politiche, per favorirei un'organizzazione innovativa su tutto il territorio nazionale, pur sempre nella scala locale regionale.

Occorre sottolineare che lo studio dell'ACI-Censis Servizi ha fornito uno strumento per attori pubblici e privati di buona volontà, cioè spunti o riflessioni per chi gestisce il territorio regionale, ma non tiene in nessun conto di ciò che veramente serva nel fare turismo nella direzione di sviluppo sostenibile, e cioè di organizzazione e rete, coesione economica, sociale e quindi politica. L'emanazione della legge quadro n. 135/2001, invece, ha dato il via sia pure in modo molto differenziato ad un processo di valorizzazione del territorio e della dimensione locale attraverso la messa in atto del Sistema Turistico Locale nelle Regioni; comunque nella sua applicazione sono di nuovo emerse le differenze, i punti di forza e di debolezza, anche se questa legge potrebbe costituire un incentivo a raccogliere le opportunità di uno sviluppo turistico di un Paese ricchissimo di destinazioni e di tematismi.

6. Il comportamento delle Regioni italiane: la mappa legale dei STL

Il riconoscimento della dimensione regionale delle politiche del turismo si è realizzata con il processo di decentramento derivato dalla riforma del titolo V parte II della Costituzione, in base al quale la materia, non essendo riservata allo Stato è di competenza esclusiva delle Regioni. Di fatto con la L.n.135/2001 è stato pienamente riconosciuto a livello legislativo la dimensione locale e la necessità di integrazione tra la politica territoriale e quella settoriale per il turismo.

Coerentemente con il processo di decentramento la legislazione nazionale si propone due obiettivi: la flessibilità e l'organicità. In particolare, lascia ampi margini ai sistemi regionali e locali di reinterpretare il concetto di STL e trovare gli strumenti di politica più idonei per andare incontro alle proprie esigenze, in grado di valorizzare le esperienze positive passate (APT, aziende speciali, pro loco, GAL, unioni di prodotto, etc.) e promuovere altre metodologie partecipative e di concertazione, volte sia a "fare sistema" e "far rete".

Volendo fare una panoramica sugli atteggiamenti delle amministrazioni regionali nel riconoscere o meno i STL a cinque anni dalla comparsa della legge, è sostanzialmente possibile distinguere cinque modalità di recepimento:

1. le regioni che apertamente hanno deciso di non fare riferimento alla L.135/01, solitamente confermando l'organizzazione esistente ritenuta, in linea di principio, già coerente con la legge nazionale;
2. le regioni che hanno recepito la normativa nazionale, riconoscendo i STL con alcune modifiche ed adattamenti al sistema preesistente o con logiche leggermente diverse;
3. le regioni che hanno recepito i STL ed il sistema normativo è operativo;
4. le regioni che hanno recepito i STL ma il sistema normativo non è ancora pienamente operativo;
5. le regioni per le quali la normativa è ancora in fase di discussione.

Analizzando gli atteggiamenti delle Regioni in merito al recepimento della normativa nazionale, si nota che alla fase di contrasto iniziale sta ora seguendo, in qualche modo, un'intenzione diffusa nel considerare la creazione di sistemi organizzativi che, anche se non sono chiamati STL ed a volte perdono sostanzialmente alcuni caratteri fondamentali (quali la territorialità), vengono considerati equivalenti. Questo, al di là di un normale processo di reazione al cambiamento, può essere spiegato osservando che la legge quadro nazionale, oltre a definire i principi cardine, istituisce una dotazione finanziaria a supporto dell'azione di *policy* che diventa concretamente uno dei grandi stimoli all'adeguamento delle politiche regionali all'istituzione dei sistemi turistici locali⁹. Se da una parte l'intenzione del legislatore rispecchia l'approccio ideale sopra esposto, dall'altra, analizzando le motivazioni che concretamente portano all'adozione del STL e alla promozione di azioni di partenariato a livello regionale, emerge chiaramente un ciclo di "reverse policy", che induce a riflettere sul rischio di formalizzazioni di sistemi turistici locali opportunistici. Questa riflessione è emersa andando a confrontare le opinioni espresse dagli attori regionali intervistati che hanno dichiarato che la motivazione al riconoscimento di forme di partenariato ed integrazione, quali possono essere gli stessi STL, è legata essenzialmente alla preoccupazione ed alla volontà di avvalersi degli incentivi messi a disposizione, piuttosto che a quella di fare sistema in sé¹⁰.

In altri casi, come quello emiliano-romagnolo, viene riconosciuta l'importanza della *partnership*, ma viene ritenuta controproducente la strutturazione rigida e normativa del STL. In questo caso il mancato riconoscimento dei STL da parte della Regione ribadisce in modo coerente l'atteggiamento politico anche in materia di riconoscimento normativo dei DI, che in Emilia-Romagna non è avvenuto. E' interessante citare anche il caso della Lombardia, che ha adottato volutamente la denominazione di "sistema turistico", scollegando l'elemento territoriale e lasciando spazio a sistemi di partenariato centrati su temi progettuali orizzontali, che ricordano l'approccio dei meta-distretti. Ancora si può notare come la Toscana, pur non avendo ancora legiferato ed essendo stata tra le regioni contrarie alla costituzione di STL, ora si stia orientando all'identificazione degli stessi. Tuttavia l'approccio definitivo è estremamente aperto, cioè l'idea è quella di far coincidere gli eventuali STL con il consorzio di partner formato da organizzazioni pubbliche, private, miste o addirittura composto da un componente solo, e riconoscerlo solo per la durata del progetto stesso.

Prendendo spunto quindi da questi esempi è possibile osservare che il STL nella prassi sta avvicinandosi al concetto di progetto che si organizza solitamente attraverso *partnership*, portando ad una "con-fusione" tra strumento di politica e strumento operativo con cui si realizza.

⁹ Tra l'altro va notato che la fase di accordo tra Ministero delle Attività Produttive e Regioni nel raggiungere un accordo sulle quote e modalità di co-finanziamento è stata particolarmente lunga e si è risolta solo con la legge finanziaria del 2003.

¹⁰ Questo è emerso dalle interviste con i rappresentanti della regione Liguria, Toscana e Veneto.

Facendo riferimento agli allegati dello studio pubblicato dall'Unione Province d'Italia (Mecenate90, 2003) ed alle ricerche svolte per l'aggiornamento è possibile elencare i riferimenti legislativi principali a livello regionale in modo sinottico (Tab.3).

Sino al 2004, solo otto Regioni hanno reagito modificando in qualche modo la normativa in funzione della legge nazionale del 2001, mentre nella posizione opposta si trovano tre Regioni che presentano una legislazione piuttosto datata: la Calabria, il Molise e la Campania; le altre Regioni, infine, hanno comportamenti intermedi. Il comportamento delle amministrazioni regionali nel riconoscere o meno i STL, permette di distinguere sulla base delle cinque classi già indicate: le Regioni che apertamente hanno deciso di non fare riferimento alla L.135/01, solitamente confermando l'organizzazione esistente ritenuta, in linea di principio, già coerente con la legge nazionale, quali Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Emilia-Romagna, Friuli Venezia Giulia e Toscana, insieme alle Province a statuto speciale di Trento e Bolzano; le Regioni che pur non avendo ancora recepito la normativa nazionale, si dichiarano e si dimostrano orientate a procedere in questa direzione, e cioè Lazio, Campania, Abruzzo, Molise, Calabria e Sicilia; le Regioni che hanno recepito i STL ed il sistema normativo è operativo, cioè Veneto, Marche e Umbria; le Regioni che hanno recepito i STL, ma il sistema normativo non è ancora pienamente operativo perchè deve ancora perfezionare la disciplina del settore con i regolamenti attinenti, e cioè Basilicata, Puglia e Liguria; la Sardegna che pur avendo definito con precisione le procedure per la legittimazione dei STL, non ha ancora proceduto al riconoscimento ufficiale.

7 I Sistemi Turistici Interregionali

Comunque non pochi sono i nodi problematici da sciogliere nei confronti dei STL, in primo luogo il rapporto locale-globale ed il contesto internazionale.

La dimensione locale si rivela come una componente del rapporto locale-globale sia nel senso negativo di un marcato localismo¹¹, quando si presenta come un'offerta turistica in una posizione di nicchia con una marcata o assoluta debolezza a scala globale; è il caso di uno sviluppo turistico di natura esogena, e quindi passivo e sottomesso ai processi di globalizzazione e di un'economia predatoria. Nella valenza positiva emerge, invece, un sistema locale autopoietico e autoreferenziale, che si costruisce in una continua dialettica locale-globale attraverso ad una ridefinizione territoriale, intesa come rapporto dinamico tra componenti sociali (economia, cultura, istituzioni, poteri) e ciò che di materiale e immateriale è proprio dei territori dove si abita, si vive e si produce (Berdoulay V., Entrikin N., 1998).

La dimensione locale si lega, poi, ad un tema squisitamente geografico, quello della scala geografica. Tra le unità territoriali di riferimento, si possono prendere in considerazione diverse tipologie, e precisamente: l'area vasta, di dimensione interregionale¹²; la regione turistica; il distretto turistico; il *cluster* turistico; il *network* turistico; la filiera territoriale; la località; il sito. E' evidente che i STL possono rientrare in tutte queste tipologie, sia con l'adeguarsi o meno al dettato legislativo.

¹¹ Non mancano infatti le critiche che i STL rivestano un marcato valore provinciale, nel senso di incapacità di inserirsi a livello internazionale.

¹² Si rimanda ad un approfondimento sui relativi modelli, che si basano sul paradigma del sistema aperto, e in particolare ai *cluster* virtuali e meta-distretti, ai sistemi di innovazione e delle *learning regions* (strutturalmente aperti al flusso di informazioni esterne al sistema), e soprattutto ai sistemi come meta-regioni, progetto sollecitato dalle politiche regionali europee (INTERREG III), per creare sistemi comuni di *governance* tra attori, ad esempio di uno stesso settore industriale per scambiarsi "migliori pratiche", far fluire conoscenza e quindi accelerare i processi di apprendimento "learning" e quindi potenziamento economico sostenibile (Commissione europea, 2000).

Nello scenario nazionale si rilevano esperienze e progettualità che si riconducono a STL infraregionali e regionali, a scala topografica e corografica, come accade in diverse regioni italiane. Questo esprime una concezione di forte apertura dei sistemi, che si muovono a più scale e con più relazioni partenariali, e che chiedono una continua ricostruzione degli equilibri; sviluppano una riflessione collettiva e una creatività, costruita su competenze diverse e ruoli ben definiti, per assecondare la costituzione di un sistema locale commisurato ed idoneo alla realizzazione di un determinato progetto.

Nello scenario di una competizione internazionale i progetti di STL, caratterizzati da dimensione interregionale nazionale, rappresentano un valore aggiunto nella misura in cui sono in grado di costruire sistema e rete in territori marginali e reti di *cluster* costruiti dalla prossimità geografica (Oughton, 2004), ma anche, e soprattutto, in contesti sviluppati a conferma dell'importanza della strategia del partenariato nei processi di aggregazione.

Al 2004 risultano finanziati dal coordinamento interregionale circa 50 progetti, dove il peso delle venti Regioni varia a partire dalla Toscana, che partecipa a quindici progetti e dei quali in cinque è capofila, alla Sicilia (cinque progetti, di cui uno come capofila). L'Emilia-Romagna, per esempio, che partecipa complessivamente a dieci progetti, ne guida tre, e cioè: Incontri di mare; Valorizzazione terre dei Malatesta e Montefeltro¹³; Valorizzazione turistica fiume Po¹⁴. Di questi, il primo, denominato già Mare e Miniere di mare, riunisce il Friuli-Venezia Giulia, la Sardegna ed è in procinto di accogliere anche il Veneto. Per l'ampio bacino turistico interessato, esso può presentare un'occasione importante alla luce della tendenza in ambito internazionale a valorizzare sempre più la dimensione e le cooperazioni interregionali (Mangin, 2002), dove per interregionalità s'intende una *partnership* riferita alla scala di grandi aree¹⁵ strutturati dalla loro armatura urbana, per rispondere alle esigenze della competizione internazionale.

Alla luce di tutto ciò, i progetti e le azioni della cooperazione interregionale dell'UE, poi, si propongono come le strategie più importanti nei processi di ricomposizione e sviluppo territoriale, in una logica di prospettiva territoriale e scenari futuri.

L'esempio dell'Emilia-Romagna è significativo sia per l'esperienza accumulata che per la numerosità di progetti a cui partecipa sia come capofila, che partner e associato. Nel 2002 21 erano i progetti INTERREG IIIB Cades e Medoc, di cui almeno sei avevano una valenza turistica. Attualmente sono in essere ben 40 progetti, tra i quali Romit (Roman Itineraries, www.romit.org) e AdriaTur (Adriatic Tourism), di cui è capofila il Comune di Rimini; entrambi progetti turistici, il primo si basa sulla strategia dell'itinerario turistico a scala europea, il secondo sulla creazione di prodotti turistici innovativi nel Corridoio Adriatico.

Comunque, in ambito internazionale emerge la tendenza a valorizzare sempre più la dimensione e le cooperazioni interregionali (Mangin C., 2002), dove per interregionalità s'intende un'azione riferita alla scala di grandi bacini di popolazione strutturati dalla loro armatura urbana, per rispondere alle esigenze della competizione internazionale.

Le regioni caratterizzate da confini votati ad essere attraversati sono stimolate alla cooperazione in rapporto alle grandi infrastrutture e ai servizi strategici, che costituiscono un valore aggiunto alla scala nazionale, regionale e locale perché assicurano la connessione con territori più vasti, a loro volta dimensioni strategiche nello Schema di Sviluppo dello Spazio

¹³ Insieme alle Marche, si pone l'obiettivo di valorizzare dal punto di vista turistico e culturale dei territori interessati alla presenza storica delle famiglie Malatesta e Montefeltro.

¹⁴ Partecipano anche il Piemonte, la Lombardia e il Veneto.

¹⁵ Le regioni caratterizzate da confini votati ad essere attraversati sono stimolate alla cooperazione in rapporto alle grandi infrastrutture e ai servizi strategici, che costituiscono un valore aggiunto alla scala nazionale, regionale e locale perché assicurano la connessione con territori più vasti.

Comunitario(SSSC) e come nel caso del “polycentrisme maillé” della politica di assetto del territorio francese¹⁶.

Dopo una fase di grandi *chantiers de prospective*, la Francia ha individuato sette grandi territori di cooperazione interregionale (Leclerc R., Paris Y., Wachter S., 1996): la grande regione degli scambi europei del Nord; l'euroregione frontaliere dell'Est che corre dal Lussemburgo sino alla Svizzera passando per la Germania; il corridoio Saône-Rodano sotto la guida della metropoli lionese; l'arco mediterraneo, che sarà la futura interfaccia principale europea con il mondo mediterraneo; la facciata atlantica, parte francese dell'arco atlantico europeo che si estende sino a Gibilterra; lo spazio centrale, con il Massiccio centrale; il grande bacino parigino, che deve trovare la sua prospettiva di sviluppo rispetto alla regione capitale.

La ricomposizione territoriale e le intese interregionali in Francia hanno condotto a territori di progetti, a scala locale¹⁷ e a scala nazionale, ma soprattutto alla scala di grandi insiemi interregionali, bacini di popolamento con armatura urbana e maglia regionale dotati di filiere d'eccellenza internazionale, reti di infrastrutture e servizi rari (formazione universitaria specializzata, grandi poli di ricerca e trasporti internazionali). Gli spazi sono costituiti da bacini geografici comuni (fiumi, litorali, sistemi montuosi) e da territori di progetti a geometria variabile senza un territorio definitivamente pertinente. Sulla base delle sei *Missions Interministérielles et Interrégionales d'Aménagement du Territoire* (MIAT), sono partiti sei programmi interregionali, tra cui il Grand Sud Est¹⁸ che si prefigura come uno spazio turistico mondiale, in grado di elargire un'offerta di servizi a vocazione internazionale da svilupparsi sulla base dell'attività turistica esistente. Partito come progetto sperimentale nel 1998, è divenuto permanente nel 2003. I primi documenti sono stati delle analisi del territorio, con l'individuazione dei punti di forza della pianificazione e dei cantieri operativi da costruire in partenariato: la valutazione del suo posizionamento e dell'influenza esercitata è tale da ottenere una nuova posizione di primato. L'ambizione del Grand Sud Est di divenire uno spazio turistico mondiale si basa sulla cooperazione di tre regioni, Rhône-Alpes, Provence-Côte-d'Azur e Languedoc-Roussillon, con un patrimonio demografico di 12,3 milioni d'abitanti (con la previsione di poter accogliere oltre 1,9 milioni di abitanti nel 2020, sebbene le connessioni urbane e territoriali siano carenti) ed un Pil, che si posiziona a livello dei Paesi Bassi e dell'Australia. Dotato di ricchezza di spazi naturali (metà delle montagne e tutto il

¹⁶ Lunga è la storia della cooperazione interregionale francese. Concetto nato con la Geografia umana, secondo C.Mangin (2003), responsabile di missione della Datar, si possono individuare i primi riferimenti sin dalla fine del XIX secolo in alcune interpretazioni di E. Reclus (1881), che traeva spunto dai lavori di F.Le Play, ingegnere minerario interessato alla sociologia e che suggeriva già nel lontano 1864 di articolare la Francia in 13 circoscrizioni. Ma è soprattutto merito di P. Vidal de la Blache che nel 1903 con il suo *Tableau de la géographie de la France* descrive dieci grandi regioni naturali. Comunque, la prima applicazione si registra nel 1917 con le 15 regioni Clémentel, a cui seguono le grandi regioni naturali nel 1945, due anni prima del primo piano di assetto del territorio francese (1°, 1947-53) sino al 10° piano (1988), che dà dimensione politica alla nozione di interregionalità. La DATAR propone nel 1990 i sette grandi cantieri interregionali di progetto e ne assicura la gestione attraverso sette “*animateurs interrégionaux de prospective*” (Dallari F., 2004).

¹⁷ Si tratta dei *pays*, che dai circa 350 passeranno ai 500 nella nuova accezione di bacini di lavoro. La legge di riferimento del 25 giugno 1999 per la pianificazione e lo sviluppo sostenibile del territorio (LOADDT) presenta nuove prospettive in materia di sviluppo locale e ricomposizione dei territori. I *pays* sono indicati come territori di progetto che uniscono gli attori locali attorno ad un consiglio di sviluppo e ad un contratto riconosciuto dallo Stato e dalle regioni. Essi hanno il compito di stimolare le iniziative locali e le pratiche partecipative. Complementari alle aggregazioni intercomunali, i numerosi *pays* in corso di costituzione sono oggetto di forti attese ma anche di numerose dubbi (Portier N., 2002).

¹⁸ Gli altri cinque grandi programmi interregionali sono: I Paesi del Nord, interpretati come un anello urbano transnazionale; il Grand Ovest, basato su una rete di Università per lo sviluppo; il Grand Est, dove perseguire il rafforzamento della piattaforma economica; il Grand Sud-Ovest, proteso verso una nuova economia territoriale; il Bacino parigino, policentrismo “*raisonné*” nell'Europa del Nord-Ovest (Mangin C., 2003).

litorale mediterraneo francese), possiede una forte armatura urbana (Lione, Marsiglia e Montpellier) e un posizione geografica tra l'Europa del Nord e quella del Sud, la più favorevole e strategica nei confronti di un progetto di cooperazione interregionale.

La scommessa turistica del Grand Sud Est è quella di strutturare il settore turistico come un vero settore economico;

- creare un luogo di confronto dei più grandi esperti, dove organizzare eventi specializzati;
- attuare un nodo di una rete con accesso ai dati mondiali sul turismo, centro di risorse intellettuali;
- mettere in atto un polo di organizzazione e lavoro di grandi funzioni a monte della produzione del settore (finanzia specializzata, formazione iniziale e continua di marcata importanza, ricerca, progettazione);
- sviluppare un settore terziario di servizi ad alto livello destinati a professionisti del turismo, locale e regionale, ma soprattutto continentale e mondiale.

A ciò si collega l'azione della MIIAT, che ha il compito di creare un organismo di finanziamento specializzato per interventi a scala internazionale con competenze turistiche da localizzare in un luogo da individuare; di investire sulla valorizzazione dei potenziale tecnologici del turismo (informatica, moneta elettronica, controllo dei rischi, ecc.); di allestire grandi eventi per attrarre gli attori mondiali del turismo; di avviare ricerche di eccellenza; di sviluppare una formazione iniziale e continua di livello superiore.

Il caso del Grand Sud Est, pur facendo riferimento ad una realtà economica e politica quale la Francia, pone in primo piano il tema della competizione che solo sistemi interregionali potranno svolgere nello scenario europeo e mondiale sia nell'accogliere importanti flussi turistici internazionali che nell'esportare il saper fare turismo nel resto del mondo sulla base di tre parole d'ordine: sistema, qualità e formazione.

8. Il Sistema Turistico Sociale: alla ricerca di un'etica che faccia sistema tra comunità locale e comunità turistica

Alla luce di ciò che è stato finora analizzato, emerge l'importanza di politiche turistiche declinate in una logica di sistema territoriale e di sviluppo sociale delle comunità locali, che si richiamino ai principi della sostenibilità o meglio dello sviluppo inteso come futuro (Dallari F., 2005, in stampa). Queste politiche sono necessarie di fronte agli scenari di crescita previsti per i flussi turistici domestici ed internazionali, che andranno ad incidere sempre più nei Paesi in Via di Sviluppo (PVS) e in sistemi locali fragili dal punto di vista ambientale e sociale. A macroscale, la crescita e la diffusione del turismo è stato apprezzato per motivi economici, ma anche per la valorizzazione di regioni marginali, non coinvolte dallo sviluppo industriale e terziario che si stava affermando nelle aree centrali (Eadinton e Smith, 1994). Tuttavia il turismo ha contribuito allo sviluppo di molte regioni non senza problematiche: troppo spesso il turismo di massa si è tradotto in illusioni e comunque ha conosciuto le difficoltà e gli insuccessi del modello di crescita legato alla società industriale¹⁹. Tutto questo ha incoraggiato da tempo forme alternative di turismo, che potessero tenere in conto i valori naturali, sociali e comunitari e costruissero relazioni ed esperienze positive tra turisti ed ospiti, operazione tutta altro che facile da realizzare²⁰.

¹⁹ L'espansione di strutture di accoglienza di grandi dimensioni (hotel, villaggi e resort) sia nei PS che in quelli PVS (a volte in modo ancora più grave!), come i processi di polarizzazione di PMI turistiche, spesso si è verificato senza attenzione per le infrastrutture di comunicazione, per la pianificazione urbanistica ed i servizi; lo stesso vale per considerazioni di carattere estetico tanto da creare piuttosto dei "tourism disasters" (Eadinton e Smith, 1994).

²⁰ D'altro canto forme alternative, o diverse, di turismo erano già presenti nello scenario europeo negli stessi anni in cui si sviluppava e si affermava il turismo di massa (Cohen, 1972). Gli anni Novanta sono

Sulla base della letteratura prodotta sul turismo alternativo Jafar Jafari (1989a) ha individuato a partire dagli anni Sessanta quattro approcci teorici, ciascuno caratterizzato da una posizione distintiva o piattaforma sul turismo (*a distinctive position or consolidated platform on tourism*). Le quattro piattaforme (o programmi) si presentano in ordine cronologico, senza comunque escludersi a vicenda o sostituirsi, nel senso che nella realtà geografica è possibile trovare connessioni tra di loro, coesistenza e altro. Dagli anni Sessanta l'**Advocacy Platform**, ha sostenuto il fenomeno turistico sempre come un fenomeno positivo e importante in campo economico, inteso come un'industria *labor-intensive*, legata prevalentemente a politiche di sviluppo esogeno. A partire dagli anni Settanta si avvia un programma di riflessione, la **Cautionary Platform**, che sulla base di una serie di studi a scala locale ha messo in luce come i vantaggi derivati dal turismo presentino nel territorio anche impatti negativi e spesso una mercificazione della cultura locale, dove la fragilità sociale ed economica non ha difeso le identità culturali dei luoghi. Dalle due precedenti posizioni è emerso un programma di adeguamento al nuovo scenario culturale, **Adaptancy Platform**, che cerca strategie originali per turismi diversi, come *indigenous tourism, soft tourism, green tourism, sensitized tourism, responsible tourism, appropriate tourism, alternative tourism, cottage tourism, local level tourism* (Eadinton e Smith, 1994), con risultati molto limitati e poco significativi dal punto di vista dell'impatto economico e che comunque non sono in grado di sciogliere il nodo cruciale dell'impatto del turismo di massa nelle comunità locali dal punto di vista sociale e politico. La necessità di una **Knowledge-Based Platform** per una riconcettualizzazione scientifica del turismo, anche conservando dei legami o relazioni (*bridges*) con le altre piattaforme, e per contribuire ad un approccio olistico costituisce la nuova frontiera della fine degli anni Ottanta. Il principale obiettivo è quello di formulare un quadro scientifico di conoscenza sul turismo, di fronte ai profondi cambiamenti del sapere necessari per affrontare la crisi del modello industriale. In più questa *Platform* deve essere intesa anche come una frontiera alla quale ricerca e conoscenza devono sempre fare riferimento, attraverso un processo continuo di teorizzazione scientifica, o *scientification* (Jafari, 2001) della ricerca turistica²¹, con cui a volte si corre il pericolo di una comprensione più limitata o ristretta della realtà fenomenica.

La diffusione delle quattro piattaforme ha stimolato non poche riflessioni a partire dal riconoscimento che la terza e la quarta mostrano l'influenza del paradigma dello Sviluppo Sostenibile (SS) (Hardy, Beeton and Pearson, 2002), la cui complessità, importanza e diffusione potrebbe condurre la teoria di Jafari a formulare una quinta piattaforma, quella del Turismo Sostenibile (TS) (**Sustainable Tourism Platform**). Tuttavia l'applicazione dello sviluppo sostenibile al turismo si presenta come un *adaptive paradigm* (Hunter, 1997), ancora troppo semplicistico e rigido, incapace di interpretare e rappresentare le situazioni specifiche, mentre la crescita dei flussi turistici potrebbe contribuire profondamente allo SS a scala locale e globale. Il riconoscimento di come i principi e la pratica del TS mettano in luce un'ampia varietà di approcci in riferimento alle specifiche situazioni, induce a legittimare differenti interpretazioni a seconda delle regioni e dei luoghi, delle collettività e delle società e in particolare dei tempi, ma anche di prospettive globali. L'ampio spettro dello sviluppo sostenibile presentato da Hunter (1997) lo dimostra e comprende anche diverse prese di posizione dal punto di vista dell'etica e delle strategie di management: da una radicale posizione di preservazione a quella del massimo uso. Insomma, il nodo centrale, per il turismo come per qualsiasi altra attività ed azione umana, rimane quello di declinare uno SS con una continua crescita economica; e questo per il turismo si rivela particolarmente

stati definiti la "Decade of Eco-Tourism" e la "Travel Industry" ha avviato nuove strategie legate a questi nuovi bisogni.

²¹ Giova sottolineare che sempre più l'Economia mostra di seguire questo percorso scientifico (*scientific route*) sulla base di una marcata rigidità tecnica e di metodi quantitativi ed econometrici.

cruciale, visto che esso da solo sarà il settore più importante del commercio mondiale nel XXI secolo, in quanto più di ogni altro settore contribuirà allo sviluppo (sostenibile o meno), o al futuro prossimo dalla scala locale a quella globale.

Gli scenari che Hunter (1997) presenta sono quelli di un “Tourism Imperative”, che soddisfi le necessità e i desideri dei turisti e dei *tour operators*, un approccio veramente debole di SS; oppure un turismo orientato al prodotto (*Product-Led Tourism*), in parte simile al primo, ma anche rivolto a nuovi prodotti turistici attenti all’ambiente e quindi meno consumistici. Il turismo orientato all’ambiente (*Environmental-Led Tourism*), se da un lato potrebbe rappresentare un’opzione forte di sostenibilità, la sua possibile realizzazione in aree dove il turismo non è ancora presente o lo è in maniera limitata, e comunque controllato sulla base della *carrying capacity*, si presenta molto limitato e non conciliabile con il turismo di massa. L’opzione di evitare in determinati regioni e contesti uno sviluppo turistico (*Neotenuous Tourism*) o addirittura limitare e impedire i flussi turistici (*Touristic Demarketing*) rappresenta la scelta di forte sostenibilità: sacrificare il turismo per un bene maggiore! La debolezza di tutte queste proposte sta nella mancanza di una prospettiva territoriale che si muova in una logica di sistema sostenibile, in grado di coinvolgere il maggior numero di potenzialità, a partire dalle stesse collettività locali, radicate più o meno intensamente al loro territorio, eredità e patrimonio comune in una logica di sostenibilità. Anche Macbeth (2005) critica questa quinta piattaforma, che evidenzia gli aspetti antropocentrici e politici della cultura occidentale, attorno ad un approccio interdisciplinare, ampiamente condiviso a livello generale, ma nella pratica dibattuto in termini relativi e conflittuali, cioè non ricondotto ai territori, dove diversità e culture si mescolano nel tempo e richiedono un’attenzione proprio al locale come sistema sociale. Ciò conduce la discussione alla riconquista e ridefinizione di valori assoluti, vale a dire a posizioni etiche; e quindi ad una sesta piattaforma per il turismo, una **Ethics Platform**, a quello cioè che da tempo è indicato come un dilemma per la scienza, una strada ancora tutta da percorrere nelle politiche e azioni locali.

Tutto questo induce ad un’ulteriore riflessione, cioè avviare l’individuazione di sistemi turistici sociali, legati ad una profonda revisione dell’intervento pubblico, del comportamento delle collettività e dell’individuo, e che richiede un approccio etico al lavoro, all’economia, all’impresa ed all’ambiente. Questo significa la necessità di interrogarsi e di interpretare le posizioni etiche e morali, visto che tali questioni si presentano in forte aumento a livello di analisi micro e macro, cioè a scala locale e globale: la crisi della giustizia coesiste con quella della natura (Sachs, 1999). Occorre chiamare a raccolta dai diversi campi disciplinari gli studiosi del turismo per affrontare le contraddizioni che si incontrano ed esistono nel territorio e nello spazio turistico in particolare.

Lecture consigliate

ACI-CENSIS 2001, Rapporto Turismo 2001. “I distretti turistici italiani: l’opportunità innovare l’offerta”. Roma, Censis service.

DALLARI F., 2004, *I sistemi locali di offerta turistica e le politiche di sviluppo locale*, in GRANTUR, “Turismo e crescita produttiva: fattori locali e competitività del territorio”, Programma di ricerca cofinanziamento MIUR 2002, Rapporto finale, Roma

DALLARI F. E GRANDI S.(a cura di), 2005, *Turismo fra Economia e Geografia*, Bologna, Pàtron.

DALLARI F. E MARIOTTI A.(a cura di), 2006, *Turismo fra sviluppo locale e cooperazione interregionale*, Bologna, Pàtron.

MACBETH J., 2004, *Towards an Ethics Platform for Tourism*, Annals of Tourism Research, 32:962-984

SMITH V. AND BRENT M., eds., 2001, *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of The 21st Century*, Cognizant Communications, Elmsford.

Box 1: L'Emilia-Romagna. Una Regione con le Unioni

Nel panorama europeo l'Emilia-Romagna si presenta come la maggiore concentrazione di servizi turistici che hanno reso famosa in tutto il mondo la sua Riviera Romagnola (Dallari, 2004). U.Toschi sottolineava come al 1° gennaio 1965 la provincia di Forlì (solo dal 1992 Rimini si è staccata ed è diventata autonoma) fosse al primo posto in Italia per numero di letti : 129.838 rispetto a Bolzano (53.291) ed a Roma (44.455). Oggi, delle oltre 30mila imprese alberghiere esistenti in Italia (di cui l'80% sono a conduzione familiare) circa il 15% sono in Emilia-Romagna, che risulta seconda dopo il Trentino Alto Adige; oltre a ciò, il 10% del patrimonio alberghiero nazionale è ubicato sul litorale regionale, caratterizzato da una gestione familiare e di piccole dimensioni. Nei 120 km di costa (da Cattolica ai Lidi di Comacchio) si incontrano 3.500 alberghi con 202mila posti letto, 64mila alloggi privati con 302mila posti letto, 46 campeggi e villaggi turistici con 82mila posti letto; nella ristorazione si contano 2.250 pizzerie, ristoranti e trattorie, 3.700 tra bar, caffetterie, birrerie ed enoteche; 16 sono i parchi di divertimento (di cui 8 parchi acquatici), 145 le discoteche, i dancing e disco bar, 200 le sale giochi, e ancora 580 impianti sportivi pubblici, 800 stabilimenti balneari attrezzati per i giochi di spiaggia, 60 gallerie d'arte e musei, 135 cinema e teatri, 2.000 eventi, spettacoli, sagre e feste. Completano il quadro altri servizi come 105 agenzie di affittanze turistiche, 135 banche e uffici di cambio, 1.120 boutiques, 13 porti turistici con 4.400 posti barche. Un esercito di camerieri (32mila), addetti ai servizi di spiaggia (19mila) e animatori dell'intrattenimento (15.500) sostiene tutto questo patrimonio, che nel 2002 ha accolto quasi 4,3 milioni di turisti, pari a circa 40 milioni di presenze. Tuttavia non di poca importanza sono i flussi che continuano a dirigersi verso le città d'arte (intorno a 2 milioni di arrivi con 3,6 milioni di presenze), verso l'Appennino (307mila arrivi con 2,8 milioni di presenze) e i centri termali (347mila arrivi appena superiori a 2 milioni di presenze): un totale di quasi 49 milioni le presenze, e di queste poco più del 20% è di stranieri. Così la Riviera Romagnola si conferma leader del turismo europeo sulla base dell'organizzazione del sistema turistico, della quantità dell'ospitalità, dell'accessibilità, del divertimento (migliaia di luoghi per socializzare, incontrare amici, fare nuove esperienze) e della cordialità degli abitanti, con particolare vocazione verso le famiglie con bambini. L'economia turistica (soprattutto balneare) che aveva determinato una caratteristica trasformazione del paesaggio già negli anni Sessanta, ancora oggi conferma un primato indiscusso; tuttavia conosce a partire dagli anni Ottanta non poche difficoltà, a cui risponde con la volontà e la capacità di innovare, progettare e riorganizzare, ciò che si potrebbe definire il valore aggiunto del territorio e che sta alla base del vantaggio competitivo dell'Emilia-Romagna.

Dall'inizio degli anni Novanta, quando il legislatore nazionale aveva invitato le Regioni a riconoscere i famosi DI, numerosi e storicamente radicati nel suo territorio, l'Emilia-Romagna non aveva recepito il dettato legislativo perché aveva già attuato delle scelte legislative di riorganizzazione del sistema turistico regionale (Chicchi, 2006). La scelta è stata quella di puntare a interventi "locali" attraverso la valorizzazione di sistemi locali d'offerta turistica; e questo si è progettato sulla scia delle politiche turistiche francesi, dove l'offerta turistica è basata su "tema" piuttosto che "destinazione". Così, in Emilia-Romagna la segmentazione delle scelte inerenti il settore turistico si è articolata in preferenza per "temi", o comunque attraverso delle ibridazioni del turismo di destinazione (mare e montagna). Sulla base di questa scelta e in anticipo di tre anni rispetto alla Legge quadro nazionale, è stata concepita la Legge Regionale 7/1998, alla base del rinnovamento delle politiche promo-commerciali del turismo della nostra regione. Con essa si è favorito lo sviluppo e la specializzazione delle aggregazioni fra gli operatori turistici privati e pubblici²², dando vita a quattro Unioni di Prodotto, la Costa Adriatica²³, le Città d'arte, Cultura e Affari, l'Appennino e Verde, e le Terme, Salute e Benessere²⁴, come punto

²² Precedentemente alla L. R. 7/98, era stata la L. R. 28 del 9/04/90 a creare un anello di congiunzione tra pubblico e privato. In quel contesto erano unicamente le Apt -Agenzie di Promozione Turistica-, "organismi tecnico-cooperativi e strumentali, muniti di autonomia amministrativa e gestionale", che svolgono "attività di promozione e propaganda delle risorse turistiche locali, di informazione e di accoglienza (co. 1 art. 4 legge 217/83), ad organizzare e gestire tutte le azioni promocommerciali per il settore turistico a livello provinciale. La loro funzione riguarda, quindi, nello specifico, il realizzare una promozione del territorio sulla base delle attrattive e degli ambiti turisticamente rilevanti da cui esso è caratterizzato, e l'approntare le manovre necessarie al soddisfacimento delle necessità relative.

²³ Nel caso dell'Unione Prodotto Costa, l'associazione è costituita dai Comuni e dalle Province costiere e dai principali operatori turistici dei territori e funge da anello di congiunzione fra la promozione turistica pubblica e promo-commercializzazione privata. Soci sono le Province e i Comuni dell'Emilia Romagna che si affacciano sull'Adriatico e oltre cento soci privati in grado di commercializzare almeno 600 camere o 700 posti letto che hanno aderito alla Unione Prodotto di Costa. Dell'Associazione fa anche parte il Consorzio del Parco del Delta del Po.

L'Unione si configura come un soggetto dinamico che opera per budget e progetti affiancando gli operatori privati nel loro intervento sul mercato. Ospitato dal progetto Adriacoast.com - portale Web della Riviera Adriatica dell'Emilia Romagna - tale spazio associativo contiene strumenti, notizie ed informazioni specifiche

di incontro tra istituzioni e privati, assegnando loro il compito di realizzare progetti mirati alla promozione ed allo sviluppo degli ambiti “mare-città d’arte-terme-appennino” a scala regionale e nel quadro internazionale. La caratteristica più importante delle Unioni di Prodotto è quella di essere un punto di contatto fra promozione turistica pubblica e commercializzazione privata. Ciascuna Unione appare come una fitta rete di reti locali e sovra-locali, in cui si intrecciano Enti locali, Camere di Commercio, società e organismi operativi locali e regionali, Club di prodotto²⁵, cooperative, imprese turistiche e società d’area. In questo modo, all’interno dell’azione svolta sul territorio dall’Apt regionale, e parallelamente ad essa, si inseriscono ora delle componenti pubbliche e private che insieme contribuiscono a promuovere forme reticolari di co-progettazione finalizzate, appunto, allo sviluppo del territorio, in un’ottica di *governance* che vede il suo *humus* proprio nella cooperazione tradizionale della società civile regionale. Queste forme organizzative, tra cui le Unioni di Prodotto, non sono nuovi enti per il turismo, ma entrano in un sistema per la promozione turistica già strutturato, i cui protagonisti sono l’Agenzia Regionale per il turismo, investita del compito specifico di realizzare proposte da inserire nel sistema di promozione regionale, e l’Apt Servizi²⁶, posta al sostegno dell’intero sistema di promozione regionale. Inoltre, vi sono gli Enti Locali –Comuni e Province-, che seguono la promozione turistica in loco, e gli operatori turistici (singoli o riuniti nei Club di Prodotto), impegnati nella commercializzazione dei prodotti del settore. La positività della legge sta quindi nel fatto di aver legato le azioni di promozione turistica, in precedenza svolte solo da enti turistici e Apt, anche agli operatori privati, chiedendo una loro partecipazione attiva e propositiva in merito.

Dal punto di vista giuridico le Unioni di Prodotto sono delle aggregazioni di soggetti istituzionali ed economici (pubblici e privati), che possono essere definite organismi autoorganizzati, associazioni con compresenza di soci pubblici e privati, che concertano progetti di promozione - gestiti dalla parte pubblica - e favoriscono l’integrazione dei progetti di commercializzazione -gestiti dalle imprese private aderenti all’Unione- mediante la promozione. In sostanza, compete ad esse la messa a punto di programmi e di progetti in affiancamento agli operatori privati, al fine di favorirne l’intervento nel mercato. Ogni Unione di Prodotto, formata da questa fitta rete di soggetti, in prevalenza privati, provvede a delineare le linee generali da perseguire in relazione alla presentazione dei progetti di promozione turistica, che verranno poi vagliati annualmente dalla Regione, la quale deciderà di contribuire o meno al co-finanziamento dei medesimi, mentre la restante parte di co-finanziamento spetta agli stessi soggetti privati. In buona sostanza è dagli operatori privati che proviene la maggior parte dei co-finanziamenti indirizzati alla messa in atto dei progetti, secondo un approccio del tipo bottom-up. Stiamo infatti parlando di un modello di *governance* basato sulla combinazione di approcci top-down, che garantiscono la presenza di processi istituzionali che attestano una leadership politica in grado di assicurare la legittimità e la responsabilità (accountability) dei diversi attori coinvolti, e approcci bottom-up, che permettono la valorizzazione delle innovazioni che si dispiegano nelle interazioni sociali di questi soggetti coinvolti.

Si può affermare che l’organizzazione, partita da pochi anni e riferita ad un sistema turistico complesso, richieda ancora tempo per maturare e che comunque si avvii nel medio e lungo periodo a recuperare vantaggi in termini di ricomposizione territoriale e di competizione internazionale nei nuovi turismi regionali (congressuale, culturale e sportivo). Sulla base di una collaudata *governance* regionale, al centro dell’organizzazione turistica si pongono quattro filiere, una finanziaria, una strutturale, una promo-commerciale e una territoriale.

Box 2: Modello endogeno/ esogeno

A partire dalla fine degli anni Ottanta un primo importante contributo alla rilettura dei rapporti tra economia e territorio in funzione di politiche di sviluppo, è quello del gruppo di economisti europei, a partire dagli studi del milieu innovateur, quello di G.Garofoli, che nei primi anni ottanta introduce l’idea di area-sistema, e quello di G.Becattini del distretto industriale.

sull’associazione, ovvero Adriacoast.forum , elenchi soci pubblici e privati, lo statuto, i programmi promozione, la newsletter informativa "Adriacoast.news Speciale Soci", le campagne advertising, i programmi fiere ed eventi, ed altra documentazione e modulistica.

24 I portali Web sono per l’Unione di prodotto Città d’arte <http://www.cittadarte.emilia-romagna.it>; per la Riviera Adriatica www.adriacoast.com, per l’Appennino <http://www.appenninoeverde.org> , per le Terme www.emiliaromagnaterme.it.

²⁵ Si tratta di network di operatori turistici, prevalentemente privati, che progettano e realizzano prodotti turistici innovativi in rapporto alle quattro Unioni di prodotto, selezionati sulla base di priorità degli stessi privati, in quanto sostengono in prima persona la parte maggiore del cofinanziamento.

²⁶ S.r.l., ha il compito fondamentale di attuare il Piano Annuale di Promozione Turistica dell’Emilia Romagna formulato dall’Agenzia regionale per il turismo. Nel portare a compimento il piano annuale, APT Servizi realizza i progetti e le strategie suggerite dai vari soggetti che costituiscono il sistema turistico regionale di cui fanno parte Province, Comuni, Camere di Commercio, operatori pubblici, privati.

E' in questo periodo che si evidenzia la contrapposizione tra modelli di sviluppo endogeno e quelli di sviluppo esogeno. Il modello di sviluppo endogeno garantisce autonomia al processo di trasformazione del sistema economico locale, sottolineando la centralità dei processi decisionali degli attori sociali locali e la loro capacità di controllare ed internalizzare conoscenze ed informazioni esterne, in linea con quelli che sono i caratteri di sviluppo autosostenibile.

Secondo G.Garofoli (1991), un modello di sviluppo endogeno è basato sull'utilizzazione delle risorse locali come lavoro, capitale, imprenditorialità, conoscenze e professionalità specifiche, risorse materiali, sulla capacità di controllo del processo di accumulazione e delle potenzialità di innovazione, sull'esistenza e sulle capacità di sviluppare interdipendenze produttive a livello locale, dove il territorio diviene la componente fondamentale. Per evolvere, questo modello necessita di una continua trasformazione del sistema economico-sociale, di capacità di reagire alle sfide esterne e di introdurre forme specifiche di regolazione sociale. L'iterazione tra variabili endogene ed esogene, più o meno favorevoli, tra locale e globale e l'internalizzazione di conoscenze e fattori esterni sono la chiave del successo di questo modello, che, proprio per queste caratteristiche, è definito dinamico. Contrariamente, il modello di sviluppo esogeno rappresenta un processo governato dall'esterno, in cui le decisioni fondamentali sono assunte da operatori esterni all'area: il territorio gioca un ruolo esclusivamente passivo, raffigurando solamente l'insieme delle condizioni che statisticamente consentono un vantaggio localizzativo per l'impresa esterna; inoltre le scelte di investimento, poi, non riguardano la creazione di legami dinamici con l'ambiente.

I modelli appena descritti rappresentano, in realtà, famiglie di modelli; si possono individuare diverse tipologie di processi di sviluppo endogeno (distretti industriali, poli tecnologici, sia basati sulla grande impresa sia sull'agglomerazione di piccole e medie imprese innovative) così come varie forme di sviluppo esogeno. Gli studi sulle tipologie di sviluppo non hanno l'obiettivo di individuare in modo completo i diversi modelli di sviluppo locale, ma piuttosto lo scopo di far emergere l'esistenza di una pluralità di questi modelli, i potenziali processi di trasformazione e il ruolo degli attori sociali locali nel controllo dell'evoluzione del sistema economico e sociale.

Bibliografia.

- AA.VV., *I sistemi locali del lavoro*, Roma, ISTAT.
- ACI-CENSIS 2001, *Rapporto Turismo 2001*. "I distretti turistici italiani: l'opportunità innovare l'offerta". Roma, Censis service.
- ALOJ TOTANO, E, 2001, *Ecologia del turismo, compatibilità ambientale dei fenomeni turistici e strategie di sviluppo sostenibile*, Edizioni Giuridiche Simone, Napoli.
- BATTILANI P., 2006, *Alle origini dell'imprenditoria alberghiera: il caso di Rimini*, in DALLARI F. E MARIOTTI A. (a cura di), *Turismo fra sviluppo locale e cooperazione interregionale*, Bologna, Patron.
- BECATTINI G. (a cura di), 1987, *Mercato e forze locali: il distretto industriale*, Bologna, Il Mulino.
- CELANT A. (a cura), 2000, *Ecosostenibilità e risorse competitive*, Roma, Società Geografica Italiana.
- CENCINI C. e MENEGATTI B., 2001, *Per l'individuazione dei sistemi locali sostenibili. Il caso dell'Emilia Romagna*, in B. Menegatti, M. Tinacci Mosselli, C. Zerbi (a cura), *Sviluppo sostenibile a scala regionale*, Bologna, Patron, pp.150-155.
- CHICCHI G., 2006, *L'optimum dimensionale e lo sviluppo locale*, in DALLARI F. E MARIOTTI A., *Il turismo tra sviluppo locale e cooperazione interregionale*, Bologna, Patron.
- CHOI H.C., SIRAKAYA E., 2005, *Sustainability indicators for managing community tourism*, Tourism Management, article in press, accepted 14 May 2005:1-16.
- COHEN E., 1972, *Towards a sociology of international tourism*, Social Research, 39:164-182.
- COMMISSIONE EUROPEA, 2000, *Communication from the Commission to the Member States, laying down guidelines for a Community Initiative concerning trans-European cooperation to encourage harmonious and balanced development of the European territory: INTERREG III*. C, 1101, Brussels 28.4.2000 (www.europa.eu.int).
- DALLARI F., 1994, "I beni culturali come strategia territoriale. Un nuovo progetto geografico", in *Geotema*, n.4, "Geografia e Beni Culturali", 1994, pp.89-96.
- DALLARI F., 2002, *Dispense di Geografia Applicata*, (www.dse.unibo.it/dallari).
- DALLARI F., 2004, *Sviluppo e ricomposizione territoriale: sistemi locali e turismo*, in A. SAVELLI (a cura), *Turismo, territorio, identità. Ricerche ed esperienze nell'area mediterranea*, Franco Angeli, Milano, pp. 285-306.
- DALLARI F., 2004, *I sistemi locali di offerta turistica e le politiche di sviluppo locale*, in GRANTUR, "Turismo e crescita produttiva: fattori locali e competitività del territorio", Programma di ricerca cofinanziamento MIUR 2002, Rapporto finale, Roma
- DALLARI F., 2004a, *Turismo e sviluppo territoriale. I sistemi turistici tra scala locale e cooperazione interregionale*, in Ruggiero V. e Scrofani L. (a cura), *Centri storici e identità locale nella progettazione dello sviluppo sostenibile di sistemi del turismo*, Convegno di studi, Catania 27-29 ottobre 2003, Dipartimento di Economia e Territorio dell'Università di Catania.
- DALLARI F. E GRANDI S. (a cura di), 2005, *Turismo fra Economia e Geografia*, Bologna, Patron.
- DALLARI F. E MARIOTTI A. (a cura di), 2006, *Turismo fra sviluppo locale e cooperazione interregionale*, Bologna, Patron.
- DALLARI F., 2006, *Il saper fare e il saper essere per lo sviluppo locale*, in DALLARI F. E MARIOTTI A. (a cura di), *Turismo fra sviluppo locale e cooperazione interregionale*, Bologna.
- DEMATTEIS G., 2001, *Per una geografia della territorialità attiva e dei valori territoriali*, in BONORA P. (a cura di), *Slot quaderno 1*, Baskerville UniPress.
- DEMATTEIS G., GOVERNA F., 2005, *Territorialità, sviluppo locale, sostenibilità: il modello slot*, Milano, Franco Angeli.

- EADINGTON W.R. E SMITH V.L., 1994, *Introduction: The Emergence of Alternative Forms of Tourism*, SMITH V.L.E EADINGTON W.R., 1995, *Tourism Alternatives. Potentials and Problems in the Development of Tourism*, Chichester, John Wiley & Sons, pp.1-12.
- ECHTNER M.C., JAMAL T.B., 1997, *The disciplinary Dilemma of Tourism Studies*, *Annals of Tourism Research* , 24:868-883
- ENTRIKIN N., *The betweenness of place*, London, MacMillan, 1991.
- FARREL B., TWINING-WAD L., 2004, *Reconceptualizing Tourism*, *Annals of Tourism Research*, 31:274-295.
- FRANZONI S. 2004, *La corporate governance nell'ente locale*, Milano, F. Angeli.
- FURLAN M. C., 2001, *Politiche per il turismo e ruolo del settore pubblico*, in COSTA P., MANENTE M., (a cura), *Politica economica del turismo*, Milano, Touring Editore.
- GAROFOLI G. 1991, *Modelli locali di sviluppo*, Milano, F. Angeli.
- GRAHAM B. et al., 2000, *The geography of heritage*, London, Arnold.
- GRANDI S., 2006, *Le politiche regionali del turismo nel quadro nazionale: comportamenti a confronto*, in DALLARI F. E MARIOTTI A. (a cura), *Turismo tra sviluppo locale e cooperazione interregionale*, Bologna , Pàtron.
- HARDY A., BEETON R. AND PEARSON L., 2002, *Sustainable Tourism: An Overview of the Concept and its Position in Relation to Conceptualisations of Tourism*, *Journal of Sustainable Tourism*, 10:475-496.
- HUNTER C., 1997, *Sustainable Tourism as an adaptive paradigm*, *Annals of Tourism Research*, 24:850-867.
- I.P.I., 2002, *L'esperienza italiana dei distretti industriali*, Roma, IPI.
- ISTITUTO PER IL LAVORO, 2003, *Governo e governance: reti e modalità di cooperazione nel territorio regionale: II° rapporto annuale dell'Istituto per il lavoro*, Milano, F. Angeli.
- JAFARI J., 1989a, *An English languages literature review*, Bystrzanowski J., ed., *Tourism as a factor of change: a sociocultural study*, Vienna, Centre for Research and Documentation in Social Sciences, pp.17-70.
- JAFARI J., 1989b, *Soft tourism*, *Tourism Management*, 9:32-84.
- JAFARI J., 2001, *The Scientification of Tourism*, Smith V. and Brent M., eds., *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of The 21st Century*, Cognizant Communications, Elmsford, pp.28-41.
- KOTLER P., HAIDER D. H., IRVING R., 1993, *Marketing Placet, Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations*, New York, The Free Press.
- LAFANT M.-F., 2001, *Le tourisme internationale dans le monde: appel à l'éthique*, NEGRI ZAMAGNI V., MUSSONI M., BENZI G. (a cura), *Per un turismo autenticamente umano*, Sant'Arcangelo di R. (RN), FARA Ed., pp.159-175.
- LIZZA G., 1996, *Territorio e potere: itinerari di geografia politica*, Torino, UTET.
- MACBETH J., 2004, *Towards an Ethics Platform for Tourism*, *Annals of Tourism Research*, 32:962-984
- MAGNAGHI A., 2000, *Il progetto locale*, Torino, Bollati Boringhieri.
- MAILLAT D., 1992, *La relation des entreprises innovatrices avec leur milieu* in *Enterprises innovatrices et développement territorial*, Neuchâtel, GREMI – Institut de Recherches Economiques et Régionales.
- MANGIN C., 2002, *Les coopérations interrégionales*, Paris, La Documentation française.
- MECENATE 90, 2003, *La legislazione delle Regioni e i Sistemi Turistici Locali. Rapporto di ricerca*. Unione Province d'Italia - www.upinet.it/intrane.
- MENEGATTI B., TINACCI MASSELLO M., ZERBI M. C. (a cura di), 2001, *Sviluppo sostenibile a scala regionale*, GRISS-Gruppo di Ricerca Interuniversitario sullo Sviluppo Sostenibile, Bologna, Pàtron.

OUGHTON C., 2003, *Networks, Clusters and Regional Innovation Policy*, a contribution to the 1st workshop of the ERIK Network in Bologna (1st July 2003) (paper).

PARLAMENTO ITALIANO Legge 29 Marzo 2001, n.135 “Riforma della legislazione nazionale del turismo”, Gazzetta Ufficiale n.92 del 20 Aprile 2001.

PIGRAM J., 1990, *Sustainable Tourism: Policy Considerations*, Journal of Tourism Studies, 1: 2-9.

PORTIER N., 2002, *Les pays*, Paris, La Documentation française.

RISPOLI M., TAMMA M., 1995, *Risposte strategiche alla complessità: le forme di offerta dei prodotti alberghieri*, Torino, Giappichelli.

European experience, Manchester and New York, Manchester University Press.

SACHS W., 1999, *Sustainable Development and the Crisis of Nature: on the Political Anatomy of an Oxymoron*, in Fischer F. e Hajer M., eds., *Environmental Politics as Cultural Discourse*, Oxford, Oxford University Press, pp23-41.

SALONE C., 2003, *Le politiche territoriali*, in COPPOLA P. (eds.), *Rapporto Annuale 2003. L'altrove tra noi*, Società Geografica Italiana. Roma.

SCHMUDE J., TRONO A. (eds), *Routes of tourism and culture. Some examples for creating thematic routes from Italy, Greece, Portugal and Germany*, Universität Regensburg, Wirtschaftsgeographie und Tourismusforschung, 2003.

SEGRE A., 2005, *Si può misurare la sostenibilità di un sistema locale territoriale?*, DEMATTEIS G., GOVERNA F., *Territorialità, sviluppo locale, sostenibilità: il modello slot*, Milano, Franco Angeli, pp.146-158.

SMITH V.L., EADINTON W.R., 1995, *Tourism Alternatives. Potentials and Problems in the Development of Tourism*, Chichester, John Wiley & Sons.

SOLE24 ORE, 31-7-2002, *Progetto Europa Regions*.

TINACCI MASSELLO M., 2001, *La sostenibilità dello sviluppo locale: politiche e strategie*, Bologna, Pàtron.

TRONO A., RIZZELLO K., 2006, *I sistemi turistici locali: politiche e governance in Puglia*, in DALLARI F., MARIOTTI A., (a cura di), *Turismo tra sviluppo locale e cooperazione interregionale*, Bologna, Pàtron.

UNIONCAMERE, 2000, *Sistema/Italia. Rapporto 2002 sulle economie e le società locali*, Milano, F. Angeli.

ZAMAGNI S., 2001, *Verso il superamento della concezione economicistica del turismo*, NEGRI ZAMAGNI V., MUSSONI M., BENZI G. (a cura), *Per un turismo autenticamente umano*, Sant'Arcangelo di R. (RN), FARA Ed., pp.223-234.

ZAMAGNI S., 2005, *Gratuità e agire economico: il senso del volontariato*, Working Paper n.9, marzo 2005, website:www.ecofo.unibo.it.

Tav.1. Arrivi di turisti internazionali (in milioni)

Grandi aree	1990	2000	2010	2020
Europa	277,2	389,6	527,3	717,0
Africa	15,0	28,6	47,0	77,3
Medio Oriente	9,8	24,3	35,9	68,5
Asia dell'Est/Pacifico	54,5	108,8	195,2	397,2
Asia del Sud	3,2	6,1	10,6	18,8
America	91,7	128,2	190,4	282,3
Totale	451	686	1006,4	1561,1

Fonte:Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT, 2004).

Tab. 2. Leggi regionali direttamente e indirettamente attinenti al turismo (1970-2004) fonte:www.anci.it

Regione	N.Leggi	N.Articoli
ABRUZZO	227	4433
BASILICATA	109	2426
CALABRIA	94	2422
CAMPANIA	114	2561
EMILIA-ROMAGNA	134	3876
FRIULI-VENEZIA GIULIA	245	6867
LAZIO	178	4151
LIGURIA	103	2764
LOMBARDIA	141	2864
MARCHE	153	3419
MOLISE	122	2110
PIEMONTE	115	2044
PUGLIA	94	1923
SARDEGNA	208	5785
SICILIA	287	7844
TOSCANA	146	2042
TRENTINO-ALTO ADIGE	86	1147
UMBRIA	125	2078
VALLE D'AOSTA	326	5519
VENETO	148	3284
BOLZANO (Prov.)	133	2811
TRENTO (Prov.)	112	4080

Tab.3 - L'applicazione della normativa sul turismo nelle regioni italiane

Regione	Legge Regionale sul turismo vigente
Valle d'Aosta	L.R. n. 12 del 7 giugno 1999 modificata con la L.R. n.6 del 15 marzo 2001 <i>“Riforma dell’organizzazione turistica regionale [...]”</i>
Piemonte	L.R. n. 75 del 22 ottobre 1996 <i>“Organizzazione dell’attività di promozione, accoglienza e informazione turistica in Piemonte”</i>
Liguria	L.R. n. 3 del 9 gennaio 1995 <i>“Riordino dell’organizzazione turistica regionale e ristrutturazione degli enti”</i> . (È in corso di approvazione la nuova proposta di legge attesa per agosto 2004)
Lombardia	L.R. n. 8 del 14 aprile 2004 <i>“Norme per il turismo in Lombardia”</i>
Veneto	L.R. n. 33 del 4 novembre 2002 <i>“Testo Unico delle leggi regionali in materia di turismo”</i>
Friuli-Venezia Giulia	L.R. n. 2 del 16 gennaio 2002 <i>“Disciplina organica del turismo”</i>
Emilia-Romagna	L.R. n. 7 del 4 marzo 1998 <i>“Organizzazione turistica regionale – interventi per la promozione e commercializzazione turistica [...]”</i>
Toscana	L.R. n. 42 del 23 marzo 2000 <i>“Testo Unico delle Leggi Regionali in materia di turismo”</i>
Marche	L.R. n. 53 del 6 agosto 1997 <i>“Ordinamento dell’organizzazione turistica delle Marche”</i> e Delibera della Giunta regionale n. 578 RO/TAR del 19 marzo 2002
Umbria	L.R. n. 29 del 19 novembre 2001 <i>“Disciplina dell’organizzazione turistica regionale”</i> e Regolamento n. 11 del 21 luglio 2003 <i>“Modificazioni ed integrazioni al regolamento regionale 22 novembre 2002 n.6 - Modalità e procedure per il riconoscimento dei sistemi turistici locali”</i>
Lazio	L.R. n. 9 del 15 maggio 1997 <i>“Nuove norme in materia di organizzazione turistica nel Lazio”</i>
Molise	L.R. n.13 del 9 giugno 1978 <i>“Promozione turistica”</i>
Campania	L.R. n. 45 del 3 agosto 1982 <i>“Interventi per l’incremento, la promozione ed il rilancio del movimento turistico in Campania”</i>
Puglia	L.R. n. 23 del 23 ottobre 1996 <i>“Riordinamento dell’amministrazione turistica regionale in attuazione dell’art. 4 delle legge 17 maggio 1983”</i> e L.R. n. 1 dell’ 11 febbraio 2002 <i>“Norme di prima applicazione dell’art. 5 delle L. 29 marzo 2001 n. 135, riguardanti il riordino del sistema turistico pugliese [...]”</i>
Basilicata	L.R. n. 34 del 30 luglio 1996 <i>“Nuovo ordinamento turistico regionale”</i> e L.R. n. 7 del 4 febbraio 2003 <i>“Disciplina del Bilancio di Previsione e norme di contenimento e di razionalizzazione della spesa per l’Esercizio 2003, capo IV art. 25 (Dispostone varie), (Sistemi Turistici Locali)”</i>
Calabria	L.R. n. 13 del 28 marzo 1985 <i>“Organizzazione e sviluppo del turismo in Calabria in attuazione della legge 217 del 17 maggio 1983”</i>
Sardegna	L.R. n. 62 del 22 novembre 1950 <i>“Costituzione dell’Ente Sardo Industrie Turistiche”</i> e Deliberazione della Giunta Regionale n. 21/18 del 16 luglio 2003. <i>“Sistemi turistici locali. Direttive”</i>
Sicilia	L.R. n. 27 del 6 aprile 1996. <i>“Norme per il turismo”</i>

Fonte: (elaborazione su dati UPI, 2004)