

PUGLIA

Un ponte naturale fra l'Europa e l'Oriente

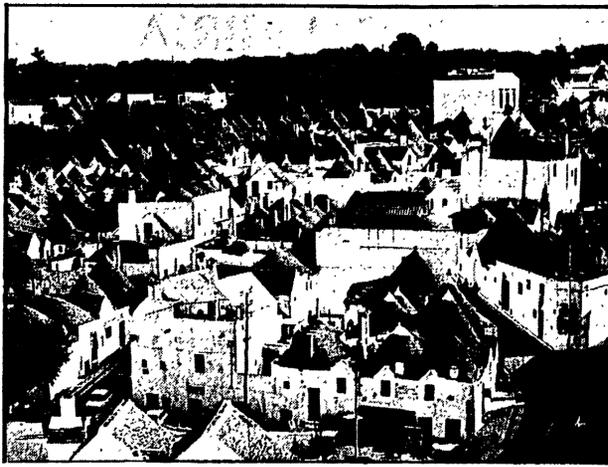
In meno di 10 anni più che raddoppiata la ricettività alberghiera L'opera della Regione - Sale l'interesse e l'impegno per lo sviluppo turistico

La Puglia è la regione italiana geograficamente più vicina all'oriente, ponte naturale tra l'Europa dell'Occidente e il Levante, posta nell'estrema parte sud orientale della penisola italiana. Disponiamo di una buona attrezzatura alberghiera ed extralberghiera, con prospettive di prossimo potenziamento. Il numero dei posti letto negli esercizi alberghieri ammontava a circa 10.000 unità nel 1963 e si è andato gradualmente incrementando fino a raggiungere, nel 1969, con 446 esercizi e 17.244 unità. Sempre nel 1969 gli esercizi extralberghieri, limitatamente ai 34 villaggi turistici, campeggi ed ostelli per la gioventù, disponevano di altri 13.471 posti letto. L'attrezzatura ricettiva ad inizio del 1978 è data da 576 esercizi alberghieri con 33.226 letti ed a 76 villaggi turistici, campeggi ed ostelli per la gioventù con altri 32.956 posti letto.

Da una prima indagine sull'andamento della stagione turistica nel 1978, si può rilevare una contenuta diminuzione di movimento per i mesi di aprile e di maggio dovuta alle particolari condizioni politico-sociali in cui si è trovata l'Italia, che hanno condizionato l'afflusso di turisti esteri ed a situazioni climatiche particolari che, con le votazioni per i recenti referendum, hanno ritardato l'inizio del turismo italiano. Si prevede tuttavia, specie per il movimento turistico incentivato dalla regione con collegamenti diretti dai paesi esteri, un incremento del movimento per i periodi di fine agosto e settembre nell'ordine del 15% circa, con un'attesa di un aumento del movimento turistico per il periodo di fine agosto e settembre nell'ordine del 15% circa, con un'attesa di un aumento del movimento turistico per il periodo di fine agosto e settembre nell'ordine del 15% circa.

La Puglia è la regione italiana geograficamente più vicina all'oriente, ponte naturale tra l'Europa dell'Occidente e il Levante, posta nell'estrema parte sud orientale della penisola italiana. Disponiamo di una buona attrezzatura alberghiera ed extralberghiera, con prospettive di prossimo potenziamento. Il numero dei posti letto negli esercizi alberghieri ammontava a circa 10.000 unità nel 1963 e si è andato gradualmente incrementando fino a raggiungere, nel 1969, con 446 esercizi e 17.244 unità. Sempre nel 1969 gli esercizi extralberghieri, limitatamente ai 34 villaggi turistici, campeggi ed ostelli per la gioventù, disponevano di altri 13.471 posti letto. L'attrezzatura ricettiva ad inizio del 1978 è data da 576 esercizi alberghieri con 33.226 letti ed a 76 villaggi turistici, campeggi ed ostelli per la gioventù con altri 32.956 posti letto.

La Puglia è la regione italiana geograficamente più vicina all'oriente, ponte naturale tra l'Europa dell'Occidente e il Levante, posta nell'estrema parte sud orientale della penisola italiana. Disponiamo di una buona attrezzatura alberghiera ed extralberghiera, con prospettive di prossimo potenziamento. Il numero dei posti letto negli esercizi alberghieri ammontava a circa 10.000 unità nel 1963 e si è andato gradualmente incrementando fino a raggiungere, nel 1969, con 446 esercizi e 17.244 unità. Sempre nel 1969 gli esercizi extralberghieri, limitatamente ai 34 villaggi turistici, campeggi ed ostelli per la gioventù, disponevano di altri 13.471 posti letto. L'attrezzatura ricettiva ad inizio del 1978 è data da 576 esercizi alberghieri con 33.226 letti ed a 76 villaggi turistici, campeggi ed ostelli per la gioventù con altri 32.956 posti letto.



I trulli di Alberobello

La riscoperta e il recupero delle tradizioni popolari

Un momento importante dello sviluppo turistico - Numerose azioni promozionali sui mercati esteri Intervista con l'assessore al Turismo Leonardo Morea

L'assessore al turismo per la Regione Puglia, Leonardo Morea, ci ha rilasciato la seguente intervista. - Le cinque province pugliesi hanno tutte sensibili vocazioni turistiche. Comprensibilmente la programmazione del suo assessorato quali compiti precisi assegna a ciascuna provincia? - Più che a una divisione provinciale la Regione pensa allo sviluppo di aree comprensoriali. - Sappiamo che a fianco alla promozione strettamente stagionale fioriscono molte iniziative. Tra queste, per i suoi aspetti culturali e per la riscoperta di valori di una civiltà secolare, sono da annoverare i fermenti giovanili sulla ricerca e lo studio delle tradizioni, soprattutto nella facoltà di lettere dell'università di Bari. Qual è il suo pensiero al riguardo? - C'è una vasta attività anche a livello universitario sul recupero delle tradizioni popolari che certamente interessa anche il fenomeno turistico. Riteniamo che ogni iniziativa in questo senso vada adeguatamente sostenuta. - Alcune iniziative - citiamo - sono il premio cinematografico « Rodolfo Valentino », « Il trullo d'oro », « Natale tra i trulli » ed altre - svolgono nella cosiddetta bassa stagione, tendono ad affrontare il problema della stagionalizzazione. Su tale programma quali progetti ha il suo assessorato? - Le iniziative citate possono essere buone, ma il problema della bassa stagione va inquadrato in un progetto generale pugliese di sviluppo turistico in particolare mediante serie azioni promozionali sui mercati esteri, specie europei, in collaborazione con tutte le categorie turistiche. Si dice mercati esteri perché il mercato interno non può reggere ancora positivamente a un'azione promozionale per i nostri problemi non risolti (stagionalizzazione delle ferie, ecc.). - Sul piano legislativo qua-



Leonardo Morea

li sono i provvedimenti che alla ha preparato o ha in programma? - Sono in corso di emanazione provvedimenti in materia di riorganizzazione turistica, di nuovi incentivi per l'industria alberghiera, sulla consultazione regionale per il turismo, sulla promozione, sul turismo sociale e giovanile, ecc. - Brindisi è un po' il « ponte turistico » per la Grecia, paese mediterraneo nostro concorrente. Quali iniziative sono state prese e saranno prese perché il « ponte » diventi un concreto motivo di sosta delle correnti turistiche in Puglia? - Il « ponte Puglia » dovrà certo essere preso in considerazione per favorire la sosta delle correnti turistiche di transito. E' un problema che tocca, oltre che Brindisi, Bari ed Otranto e sono allo studio iniziative per favorire il soggiorno dei turisti in transito. - Anche la Puglia si sarà data uno slogan. Quale è e quale significato vuole avere? - Il nostro slogan è « Puglia... dove la natura è colore ». Il significato potrebbe sembrare banale, invece, racchiude in sé tutti i motivi di natura paesaggistica, culturale, archeologica: il sole, il mare, il folklore, le grotte. E anche le altre attrattive tipiche della regione; per esempio, il colore delle chiese che acquistano un vario sapore. Potrei, opportunamente, continuare all'infinito... - Ed infine la promozione turistica. - Sono ad ora la nostra promozione si è necessariamente concentrata sui maggiori mercati turistici europei; nel 1978 la estenderemo anche ad al-

tre aree tra cui la Scandinavia, il Belgio ed il Nord America. Non trascureremo, ovviamente, il mercato nazionale, soprattutto per quelle frange che si prestano ad una maggiore destagionalizzazione e che esprimono il più elevato significato sociale della attività turistica. - L'allargamento della stagione resta, infatti, il nostro obiettivo prioritario perché siamo convinti che sia questa l'unica via per favorire il contenimento dei prezzi dei servizi turistici in modo che essi siano alla portata anche degli strati sociali meno abbienti - e per assicurare migliori e più stabili condizioni di lavoro ai lavoratori pugliesi che direttamente o indirettamente prestano la loro opera nel settore del turismo. A questo riguardo, intendiamo anche riproporre ancora il nostro progetto speciale per la qualificazione dei quadri turistici, per la maturazione di una più moderna e capillare imprenditorialità turistica pugliese e per la realizzazione di impianti pilota che possano fungere da modello e quanti intendano operare nel settore, sia da centri di propulsione del centralismo. - Questo è, per sommi capi, quanto intendiamo fare e ci auguriamo che tutte le forze politiche e sociali, gli operatori turistici e la stessa popolazione pugliese vogliano collaborare a questo sforzo della Regione, perché siamo convinti che il turismo possa e debba divenire una realtà sempre più positiva ed importante per lo sviluppo sociale ed economico della nostra terra.

ABRUZZO

Sole-mare-monti non è solo una sintesi promozionale

Intervista con l'assessore regionale Carlo Sprecaacener - Cosa si deve fare perché il turismo sia una delle risorse dell'economia abruzzese

Qual è la situazione del turismo in Abruzzo? - L'andamento del movimento turistico in Abruzzo consente, ai termini della stagione, un primo consuntivo soddisfacente, anche se non disponiamo di dati statistici definitivi ancora in corso di elaborazione. Si può comunque, pur senza facili trionfalismi, prevedere che quest'anno, nella nostra regione, dal consuntivo finale scaturirà che il movimento turistico ha attinto una cifra enorme, oltre ogni logica previsione, cifra che è opportuno non deprimere « eredi » solo per scarsità e desiderio di ulteriori progressi. Le consuetudini e in certe iniziative propagandistiche e promozionali attuate dalla nostra Regione, malgrado gli scarsi mezzi finanziari a disposizione, hanno dato frutti preziosi e rafforzato quelle posizioni di prestigio ormai acquisite dall'Abruzzo nel novero delle regioni a spiccata vocazione turistica. I positivi effetti indotti, moltiplicatori del reddito che, nel contempo, hanno favorito il riequilibrio socio-economico tra le diverse località della nostra regione, dimostrano la validità e l'efficacia dei criteri di gestione del settore turistico pubblico seguiti dal competente assessorato preoccupato di tenersi in linea con il principio che ogni spesa per il turismo deve tornare di vantaggio a tutta la collettività regionale. Del resto, non occorre ricordare, almeno a chi non sia profano in materia, che il turismo è un fenomeno polivalente, interdisciplinare per eccellenza, il quale, se opportunamente integrato con altri fattori produttivi, quali ad esempio l'agricoltura e l'artigianato, può svolgere un ruolo trainante di notevole portata per lo sviluppo economico e per la vivacizzazione di zone magari prima merite, ma soprattutto in funzione occupazionale, cioè creativa di nuovi posti di lavoro, senza dimenticare il contributo che ne deriva per l'allargamento a sempre più vasti strati sociali del diritto alle vacanze come mezzo di sostituzione non solo da rigenerazione fisica, ma anche di progresso culturale collegato alla conoscenza di nuovi poli e di nuove civiltà.

Quale azione di programmazione turistica e di sostegno alle attività economiche collegate al turismo svolge la Regione? - Da quanto sopra accennato discende l'imperiosa necessità per le forze politiche, sociali e sindacali della regione di adottare una coraggiosa scelta di fondo, riconoscendo, decisamente e senza mezzi termini, al turismo il ruolo che gli compete, visto in funzione integrativa con l'agricoltura e con altri fattori produttivi, quindi come moltiplicatore economico del reddito e come eccellente mezzo di elevazione civile e culturale della popolazione. A questo punto è necessaria una seria politica di programmazione capace di operare scelte oculate, valide e durature basate su rigorosi principi economici, scientifici e tecnici; sarebbe infatti vano ed illusorio fare affidamento soltanto sulle forze spontanee del mercato e sul trionfo « sole-mare-monti » presente in Abruzzo e, indubbiamente, suscitatrice della domanda di volentieri turisti. E' chiaro, ed è stato da autorevoli studiosi sottolineato, che il turismo, in presenza di determinate condizioni ambientali, contribuisce ad una efficace integrazione dei redditi agricoli, artigianali, eccetera, cioè a dare alla creazione di altri tipi di economie locali ed al miglioramento delle condizioni di vita delle popolazioni, stimolando processi di ruralizzazione compatibili con lo sganciamiento di manodopera dai lavori agricoli senza pericolosi esodi. L'esodo dalle campagne, finché vuol dire miglioramento strutturale, meccanizzazione, ristrutturazione economica delle aziende agricole, aumento dei redditi per unità di lavoro può essere anche giustificato perché in questo caso, la carenza numerica non significa rinuncia alle ricchezze che dalla campagna possono derivare.

Quindi è necessario che le leggi di promozione delle attività turistiche tengano conto di forme di integrazione tra agricoltura e turismo, così come è bene che le leggi di incentivazione agricola si estendano anche ad attività economiche, come appunto il turismo e l'artigianato connesso con quella agricola. La fuga dalle campagne non potrebbe risultare quanto meno arginata. Quali sono le prospettive di incremento dei flussi turistici e quali le iniziative di accordo con l'ENIT e con gli altri organismi centrali per una efficace attività promozionale? - Va considerato anzitutto che l'azione della Regione tesa preliminarmente ad evitare la dequalificazione e la decadenza del nostro apparato ricettivo risulterà sterile se lo sviluppo della ricezione non sarà ricordato opportunamente con le modalità di fruizione delle vacanze e se non si cercherà di eliminare



Monte Morrone

la concentrazione delle vacanze in due o tre mesi l'anno. E' chiaro che non servirà a nulla un aumento del movimento turistico limitato ad un periodo stagionale di pochi mesi l'anno e che, se troppo consistente, potrebbe mettere addirittura in crisi il patrimonio ricettivo medesimo. Abbiamo visto che durante il festival dei Trulli, evento in verità eccezionale, le attrezzature hanno tremato, rivelando limiti e carenze notevoli. Esiste quindi, a monte, la necessità di studiare il modo di ottenere una equa ripartizione della domanda di beni e di servizi nell'arco dell'anno. In verità il problema dello scaglionamento delle ferie nel settore industriale e della modifica del calendario scolastico è stato studiato, già da tempo, a livello internazionale, da un gruppo di lavoro dell'OCSE (Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico). Se non si risolverà questo problema molti esercizi alberghieri ed extra alberghieri continueranno a vivere a livelli marginali di produttività e, d'altra parte, gli stessi turisti continueranno a sostenere spese superiori e a subire le negative conseguenze del sovrappopolamento sui mezzi di trasporto, sulle spiagge, nei bar, ristoranti ecc. e tale negativa esperienza non servirà certamente come mezzo di pubblicità ma di contropropaganda. In qual modo quindi impostare l'azione? Occorre anzitutto una opportuna, accorta campagna di persuasione volta a stradicare la diffidenza verso le vacanze ripartite in più lungo arco di tempo. Gli ostacoli maggiori da su-

perare sono la tradizione e la tendenza del singolo ad agire con la massa, e ciò è una conseguenza diretta della civiltà dei consumi. Taluni operatori alberghieri di Lignano Sabbiadoro e di Caorle, tanto per citare qualche esempio di iniziative accorte e lungimiranti, hanno sperimentato la vendita, a prezzi ragionevoli, dei servizi turistici in periodi di bassa stagione e non sono mancate incoraggianti adesioni di clienti stranieri. Ora queste impostazioni vanno sostenute e incoraggiate con ogni mezzo dai poteri pubblici, a livello centrale e locale. Propaganda all'estero Per quanto riguarda l'ENIT è auspicabile che la relativa riforma, ancora in itinere, al Parlamento, risulti regionista nel vero senso della parola. La promozione all'estero, così come oggi viene svolta dall'ente suddetto, pur se ammirevole per volenterosità e per impegno, è superata e non corrisponde ai cambiamenti dovuti alla presenza di enormi masse di turisti; per cui i « tours operators » vendono o meglio svendono il prodotto con operazioni inclusive in valuta pregiata, intascano vere e proprie tangenti parassitarie, mentre i piccoli e medi operatori subiscono mediamente una perdita non inferiore al 10% sui contratti stipulati, non essendo norme sul riadeguamento dei prezzi. Le campagne promo-pubblicitarie non possono basarsi solo su depliant e inserti pub-

blicitari, forme queste che non servono certamente ad aprire nuovi canali non solo sui mercati tradizionali della CEE, ma anche sui paesi del terzo mondo. L'ENIT dovrà essere la risultante e l'espressione della volontà delle regioni e a questo proposito la nostra regione non disdegna l'apporto dell'ENIT nella azione di marketing tesa ad individuare i potenziali mercati di vendita del prodotto turistico abruzzese che, per la varietà delle offerte proponibili, è di tipo multiforme. Pertanto è nel nostro programma diffondere le immagini dell'Abruzzo relative al mare, ai monti, al parco nazionale, al turismo invernale, agli itinerari gastronomici, all'artigianato tradizionale, all'arte, alla storia, al folklore ecc. Dovranno essere intensificate le settimane bianche e i pullman della neve per il turismo invernale, possibilmente di intesa con le agenzie di viaggio, nonché per il turismo balneare le settimane azzurre fuori dai periodi di punta estivi; dovranno essere agevolati sempre di più i viaggi degli studenti verso località storiche, artistiche ecc., finanziati opportunamente. I programmi di incentivazione del turismo dei lavoratori studenti ed emigrati. La regione dovrà altresì essere presente all'estero, d'intesa con l'ENIT, con manifestazioni di interesse turistico. Tutto ciò potrebbe costituire, non altro, una valida base di partenza per la opportuna utilizzazione di tutte quelle risorse che la natura ci offre gratuitamente, dal mare ai monti. A questo punto qualsiasi slogan pubblicitario è valido,

specie se riesce a condensare le peculiari caratteristiche della regione racchiuse nel trionfo: sole-mare-monti. Quali sono i progetti regionali per lo sviluppo equilibrato e razionale del patrimonio turistico abruzzese? - Va anzitutto ribadito che l'obiettivo di fondo della Regione resta l'occupazione ed il miglioramento del tenore di vita delle popolazioni che, specie nelle zone interne e di montagna, è piuttosto basso. Da questa premessa discende la conferma che il turismo è un fatto globale che interessa tutti: amministratori della cosa pubblica e operatori economici privati, per cui è chiaro che, per conseguire risultati possibilmente ottimali, è necessario un corretto accordo tra le opere di pertinenza statale e regionale, quali ad es.: strade, servizi igienico-sanitari, reti idriche e fognanti, infrastrutture varie ecc., e le iniziative che competono all'operatore privato, come, per es., l'organizzazione sapiente ed accorta dell'offerta dei servizi in modo da corrispondere alla domanda ed al gusto dei turisti. A tal fine è bene ricordare che si tratta di una domanda composita che, cioè, ha per oggetto beni e servizi complementari tra loro, per cui l'indisponibilità o l'insufficienza dell'uno o dell'altro si riflette negativamente sulla soddisfazione globale del consumatore turista. Solo così si spiega la diversa preferenza del forestiero verso zone turistiche, stazioni invernali, spiagge, stazioni termali ecc. Oggi il turismo è un fenomeno sociale, di massa, non più circoscritto alle classi più abbienti e si manifesta con l'affollamento di località tradizio-

Il turismo sociale

Qual è lo stato delle strutture extra alberghiere e di turismo sociale? - Subito dopo l'entrata in vigore della legge 352, l'Assessorato ha sottoposto alla Giunta il progetto recante norme per la nuova disciplina dei complessi extra alberghieri. Detto progetto attribuisce ai comuni, come prescrive il d.p.r. 616, competenze che la legge

L'esodo agricolo

Purtroppo l'esodo agricolo, anche in Abruzzo, è avvenuto in modo irrazionale, squarrendo le terre povere dell'una ricchezza, cioè dei soggetti tipicamente e intellettualmente validi, i quali, se utilizzati in loco, avrebbero potuto costituire il fulcro di una nuova economia. Questo è acca-