

# Turismo: una occasione per risalire la china

In questa Italia disastrata, alle prese con una crisi politica, economica, sociale e morale fra le più gravi di questi ultimi quarant'anni, discutere di turismo può apparire fuori luogo, stonato. Ma così non è se si valuta il contributo che il turismo può dare, in un paese come l'Italia, allo sviluppo economico e sociale.

La stagione turistica 1992 si sta concludendo in maniera non certamente positiva. Non è andata bene. Da ogni parte d'Italia, tranne poche eccezioni, provengono notizie preoccupanti.

Al mare, sui laghi, nei centri termali, nelle città d'arte, la diminuzione degli arrivi e delle presenze è stata consistente. In montagna la situazione si presenta più articolata, anche se non è il caso di farsi prendere dall'ottimismo.

Dove le cose pare siano andate decisamente bene è nell'agriturismo. Segmento limitato della nostra offerta turistica, ma emblematico per valutare le esigenze che esprime oggi il turista. Il turismo italiano è stato «tradito» soprattutto dagli stranieri. Anche gli italiani, in numero sempre maggiore, preferiscono trascorrere le loro vacanze all'estero.

Non è male ricordare, però, che il deludente andamento della stagione '92 non è stato un fulmine a ciel sereno, ma l'inevitabile epilogo di una situazione che da anni si andava delineando e che i più attenti osservatori di questioni turistiche hanno più volte denunciato. È giunto il momento, dunque, di imporre una svolta anche in questo settore se si vuole che una «ricchezza» e un «patrimonio» del nostro paese non vengano dispersi.

La svolta si potrà avere se si prende atto della situazione esistente, evitando di negare l'evidenza che più volte è avvenuto in passato, non pensando che la svalutazione sia la panacea di tutti i mali del nostro turismo. Necessità approntare programmi e progetti che permettano di avviare una inversione di tendenza. Non dimenticando che sul turismo pesa negativamente il cattivo funzionamento del sistema Italia.

Degradato ambientale, carenze infrastrutturali e di servizi, mancanza di certezze e di sicurezza, l'accettabile peggioramento delle condizioni di vita nelle città, penalizzano anch'esse il turismo. Sarebbe, però, sbagliato attendere che il tutto si risolva per affrontare le questioni specifiche del settore. Vi sono una serie di problemi che debbono essere affrontati subito per evitare che le attuali difficoltà si trasformino in una crisi di vaste proporzioni.

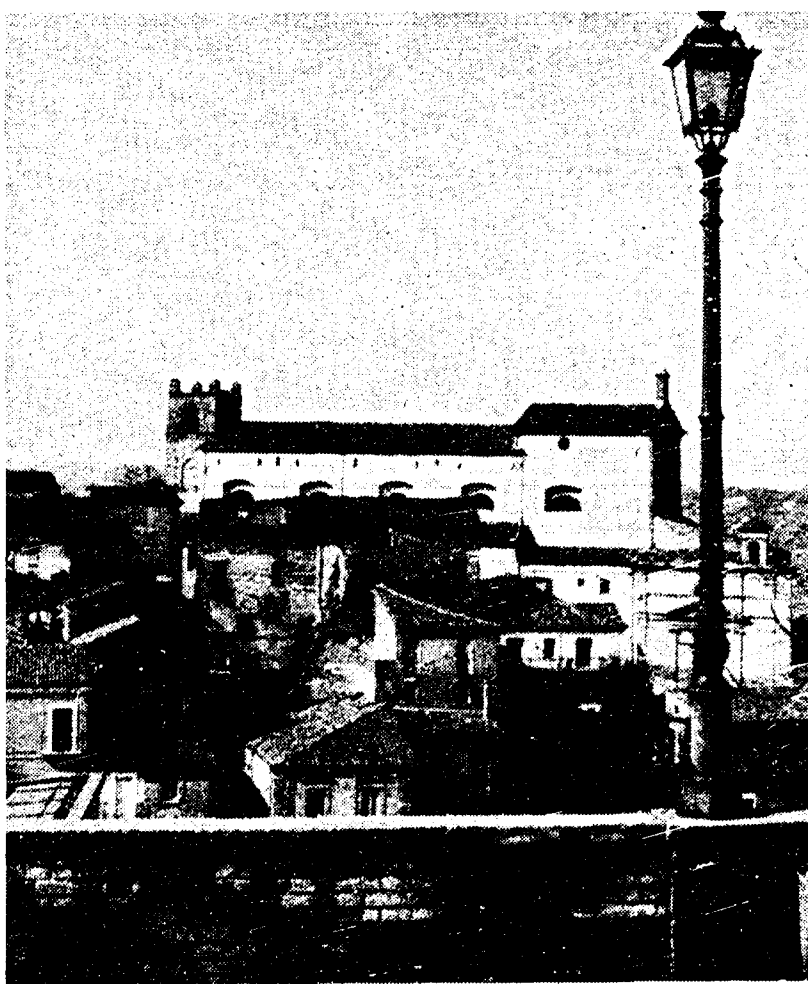
Un rilancio del turismo può, d'altronde, essere una delle leve, anche se piccola, per migliorare la situazione italiana.

Una politica turistica, dunque. Essa potrà essere costruita partendo da alcune pre-condizioni. Una prima riguarda la piena comprensione dei cambiamenti avvenuti a livello mondiale, sia per quanto riguarda la domanda che per l'offerta. In questi ultimi anni i comportamenti e le esigenze dei turisti hanno conosciuto significative modificazioni, così come l'offerta, una volta concentrata in alcune aree del pianeta, oggi è globale, coinvolge e interessa ogni zona del pianeta.

Si può ben dire che ci si trova di fronte ad una nuova geografia del turismo, molto articolata e diversificata, nella quale la competizione su qualità e prezzi dell'offerta è un elemento di fondo, per la quale, con l'affermarsi del trasporto aereo di massa, non sono più un limite le distanze. Di fronte a questa realtà, a questa nuova «geografia» l'offerta turistica italiana non può continuare a smettere i vecchi percorsi, i modi d'essere tradizionali. Deve innovarsi profondamente per trovare una adeguata collocazione nel contesto internazionale, deve sapere introdurre fattori di progettualità tali da incidere nel proprio sistema di offerta.

Siamo alla vigilia della unificazione europea. L'Italia deve evitare di essere confinata in questa nuova dimensione ad un ruolo «regionale», per assumere una più generale funzione di fulcro nei confronti dei flussi turistici internazionali.

Una seconda condizione riguarda il ruolo che deve essere affidato al turismo per lo sviluppo economico e sociale del nostro paese. Fino ad oggi esso è stato considerato marginale, non è stato tenuto nelle



devoite «considerazioni» governative, è prevalsa la mentalità per cui, poiché l'Italia ha tanto da offrire, i turisti vengono nel nostro paese a qualsiasi condizione. Ci si è affidati allo stello d'Italia piuttosto che a serie e concrete politiche di settore. Infine si tratta di capire che il turismo è un «prodotto» composto, che ad esso, alla sua formazione concorrono diversi soggetti, per cui se non vi è programmazione e coordinamento si continuerà a disperdere forze e risorse. La concretizzazione di queste condizioni si avrà con una battaglia politica e culturale che veda impegnata una molteplicità di forze, di soggetti.

In primo luogo le categorie, che nel turismo sono impegnate, debbono trovare una loro unità, uscendo dall'esasperato individualismo che ha contraddistinto fino ad oggi il loro atteggiamento superando una visione esclusivamente corporativa dei problemi. Anche i media possono svolgere una funzione positiva a favore del turismo se, oltre alla giusta denuncia, anche hanno fatto in queste ultime settimane, delle situazioni inadeguate ed insufficienti esistenti, avanzeranno proposte concrete, utili a rilanciare il turismo. A mio avviso, nell'immediato il turismo ha bisogno di alcuni ben individuati e mirati interventi. Un primo riguarda il credito turistico. Un credito finalizzato all'innovazione e ristrutturazione del prodotto, alla creazione di

sistemi di imprese in grado di competere per qualità e prezzi sui mercati internazionali delle vacanze, agli interventi sul territorio, per superare carenze di servizi e strutture. Un credito che serva esclusivamente ad abbattere il costo del denaro, superando la deleteria politica della concessione di risorse finanziarie a fondo perduto, com'è avvenuto a più riprese nel recente passato. Non sembra questa richiesta di risorse finanziarie per il turismo una contraddizione rispetto alle esigenze di risanamento della finanza pubblica, perché se è vero che bisogna contenere il deficit, necessita anche investire per ridare slancio all'economia, per evitare la deflazione e dal turismo possono venire, immediatamente, notevoli vantaggi.

Il turismo può assicurare consistenti scorte di valuta pregiata, e si sa di quanto ne abbia bisogno la Banca d'Italia per accrescere le sue riserve, dopo la disperata ed inutile difesa del cambio della lira, può contribuire ad accrescere l'occupazione, può produrre un consistente valore aggiunto. Il turismo è anche questo, non è solo cronaca delle vacanze, di ciò bisogna tenerne conto nel definire le politiche economiche del paese. Un altro intervento riguarda la rapida approvazione di una nuova legge quadro che superi le insufficienze presenti nella 217 dell'83, che raccogli tutti le novità che in questi ultimi dieci anni si sono prospettate al set-

tore, che tenga conto della legge sulle autonomie locali, la 142, che abbia un respiro europeo. Una legge veramente innovativa, che non sia in contrasto con gli Enti locali, che esalti il ruolo delle Regioni. Infine la questione del ministero. Su di esso pende la richiesta di numerose Regioni che con un referendum ne richiedono la soppressione. Se si considera il ruolo che il ministero del Turismo ha attualmente, è questa una richiesta sormontata da solide motivazioni. Ma se si valutano le esigenze di indirizzo e di coordinamento, di impegno europeo richieste da una moderna economia turistica, quando si propone la soppressione del ministero del Turismo è importante prospettare un momento centrale che dia risposte a quelle esigenze che prima si richiamavano.

A suo tempo fu proposta la costituzione di un Comitato interministeriale per la programmazione turistica. Potrebbe essere questa la strada da percorrere, facendo coordinare questo Comitato da un ministro scelto portafoglio e dal ministero del Tesoro. In questo modo si rispetterebbero le giuste esigenze di autonomia delle Regioni e si assicurerebbe un raccordo fra i diversi ministeri che oggi si interessano di turismo, che decidono interventi significativi, spesso coordinati fra loro se non addirittura in contrasto, con spreco di risorse e con risultati deludenti.

Sono queste alcune considerazioni sulle condizioni del turismo italiano e qualche idea che, a mio avviso, è urgente adottare per avviare una inversione di tendenza e per assicurare un rilancio. Indubbiamente le problematiche da affrontare per definire una politica turistica sono numerose. Promozione e marketing, formazione, partecipazioni pubbliche e loro ruolo, trasporti, agriturismo, turismo giovanile, beni culturali, osservatorio turistico, sono titoli di tanti capitoli, tutti da scrivere.

Il 2000 si avvicina. Per quella data, non è male ripeterlo, il turismo sarà una delle componenti fondamentali dell'economia mondiale. Su di essa la competizione sarà agguerrita e globale. Perché l'Italia possa al meglio utilizzare le proprie risorse e presentarsi a quella scadenza con le carte in regola per utilizzare tutte le sue potenzialità, sarebbe utile la definizione di un piano pluriennale di settore.

Da qualche parte si osserva che questa è un'idea vecchia. Può darsi. Ma se si guarda la Francia che, con una seria programmazione, ha portato il proprio turismo ai vertici mondiali, forse ci si convincerà che tanto vecchia non è. Il turismo italiano ha bisogno - di questo non sono convinto - di programmi e progetti per la realizzazione dei quali gli imprenditori privati possono e debbono avere un ruolo determinante. Al pubblico dovrà spettare essenzialmente una funzione di indirizzo e di coordinamento.

5/9 novembre, a Lanciano per ambiente e turismo

## Ecotur in Abruzzo seconda edizione

**ECOTUR** nasce dalla convinzione che non vi può essere sviluppo turistico senza una adeguata tutela dell'ambiente.

**ECOTUR**, Salone dell'Ambiente, del Tempo Libero e dell'Innovazione Turistica vuole essere un qualificato punto di riferimento per l'analisi e la discussione di queste tematiche.

In una regione, l'Abruzzo, ormai definita da tutti «regione verde per eccellenza», il «parco del SUD EUROPA», i vincoli ambientali coprono circa il 33% del territorio. Tale impostazione ha trovato immediata e positiva accoglienza dalla Società civile abruzzese.

L'interesse degli operatori pubblici e privati verso la Rassegna è stato manifestato già dalla prima edizione che ha creato e favorito i presupposti per una nuova immagine del turismo abruzzese basata sull'intelligente valorizzazione del territorio, conservandone e rispettandone i delicati equilibri ambientali.

Questa edizione, più completa, esprime la volontà di collaborare e la necessità di coordinare, con il supporto della Pubblica Amministrazione, in un contesto imprenditoriale, con l'aiuto di tecniche moderne, i comparti pubblico e privato, per poter trasferire e tradurre all'estero le enormi potenzialità del settore. Infatti,

il sistema turistico abruzzese non è carente sul piano strutturale o infrastrutturale, ma i suoi limiti sono riconducibili all'insufficiente coordinamento tra settore pubblico e privato e all'assenza di un organismo di promozione e comunicazione privato del turismo regionale.

**ECOTUR**, quale Rassegna espositiva di operatori turistici e di Enti preposti allo sviluppo del settore, vuole colmare questa grave lacuna ed assolvere ai molteplici e svariati compiti di comunicazione e integrazione tra gli operatori, conferendo così sinergismo all'intervento pubblico e divenendo, quindi, un efficace strumento di promozione turistica della Regione e degli operatori in Italia e in Europa.

**ECOTUR** avrà luogo dal 5 al 9 novembre, a Lanciano, nell'Area Fiera e sarà diviso in quattro settori specializzati: Ambiente, Tempo Libero, Offerta Turistica, Innovazione Turistica e Turistica. Quest'ultimo settore rappresenta la vera novità della Rassegna e ne testimonia l'effettivo salto di qualità se si considera, appunto, l'importanza di razionalizzare e utilizzare nel modo migliore, le strutture disponibili.

Inoltre sarà dedicata una intera sezione agli Enti locali e Turistici per l'allestimento di stand o esposizioni per la promozione delle bellezze natura-

li, artistiche, dell'artigianato e della gastronomia.

Nell'edizione dello scorso anno, **ECOTUR** ha evidenziato i disagi e le difficoltà del settore cercando di offrire con il «**BUY ABRUZZO**» e con i quattro convegni tenutisi nel corso della Rassegna, un valido contributo, come momento d'incontro finalizzato a potenziare l'offerta turistica abruzzese, aiutandola a rinnovarsi e a trovare un punto d'incontro originale e positivo con la domanda nazionale ed estera.

Il tema fondamentale della borsa del turismo sarà «Un mercato per l'Europa», una particolare attenzione è dedicata alla nostra Regione con la conferma del «**BUY ABRUZZO**», organizzato in collaborazione con l'Ente Incontro, confronto e scambio tra l'offerta turistica e la domanda europea, occasione unica per il Centro-sud Italia, saranno presenti a Lanciano tutti operatori abruzzesi della tutta Europa.

Si tratta di un momento estremamente costruttivo per l'intero mercato turistico regionale. Gli operatori turistici potranno promuovere e commercializzare le loro offerte direttamente con coloro, i tour operators, che vengono generalmente indicati, come gli arbitri delle sorti delle località turistiche.

Un rilancio del turismo può, d'altronde, essere una delle leve, anche se piccola, per migliorare la situazione italiana.

che. Un appuntamento perciò di straordinaria importanza che può segnare una svolta per il turismo abruzzese e i suoi addetti.

Alla fase espositiva si affiancherà quella dello studio, della ricerca e del dibattito sugli argomenti protagonisti della Rassegna, con convegni di grande interesse ai quali parteciperanno relatori ed esperti qualificati.

Il momento di promozione turistica degli operatori abruzzesi troverà, inoltre, la sua massima espressione nel: «Catalogo dell'offerta turistica abruzzese».

In esso verrà data la possibilità a tutti i partecipanti al **BUY ABRUZZO** ed a tutti coloro che lo desiderano, di essere rappresentati in una pubblicazione estremamente innovativa dietro la quale vi è un intenso lavoro di progettazione e di marketing.

Sul tema «Vieni a vivere i colori d'Abruzzo - **ECOTUR** - colora le tue vacanze», i nostri esperti hanno sintetizzato, con messaggi essenziali ma estremamente efficaci, ciò che il turista prova visitando la nostra regione.

Come la nostra terra e la nostra gente, l'immagine è semplice, sincera ma dai profondi contenuti.

Un invito, vieni a vivere i colori dell'Abruzzo!

## Banco Popolare di Lanciano a Sulmona Caratteristica: il dinamismo

L'Azienda dispone oggi di 24 dipendenze disseminate nelle province di Chieti (16), L'Aquila (5), Pescara (1) e Campobasso (2). Nei prossimi giorni apriranno due ulteriori filiali, a Termoli e a Gessopalena.

Nel giro di due anni è praticamente raddoppiato il numero di sportelli. Del pari in costante incremento è il numero dei dipendenti, pervenuto ormai a circa 250 unità. L'incremento della scala dimensionale dell'istituto trova conferma nei volumi intermediati: alla fine del 1991 la BIs ha realizzato una raccolta diretta da clientela di oltre 720 miliardi di lire, cui è da aggiungere raccolta indiretta (intermediazione in titoli) per oltre 450 miliardi, e ha erogato credito per oltre 450 miliardi.

Oltre la tradizionale attività di intermediazione la BIs è presente nel comparto crediti speciali, del leasing e del factoring, particolarmente rispondenti alle esigenze di finanziamento di progetti di ampliamento e ristrutturazione delle imprese del settore della produzione industriale e dei servizi.

Parimenti di rilievo l'iniziativa, intrapresa nell'estate 1990 della ex Bpl, della costituzione, insieme ad altri partner, di una società di brokering assicurativo, la Nikols Adriatica Insurance Brokers. L'iniziativa si è tradotta in un ampliamento della gamma dei prodotti offerta dalla Banca, ad esempio con il prodotto «Doppia tutela», una intelligente risposta al bisogno del-

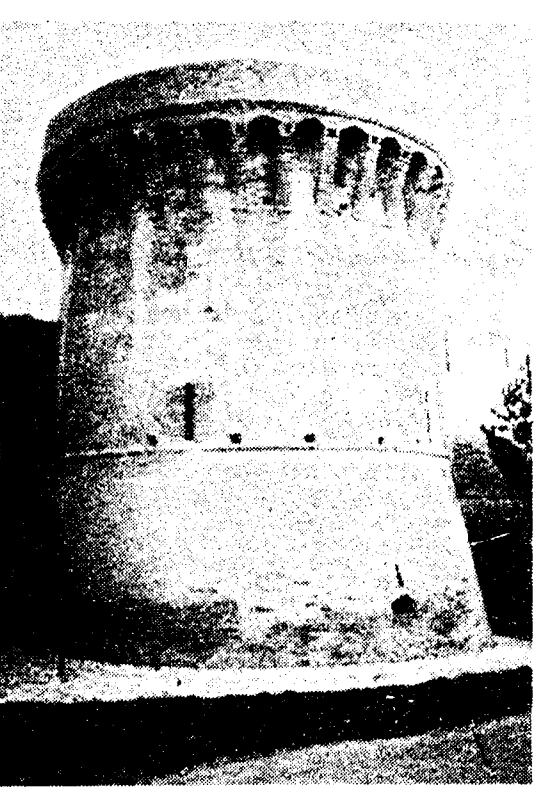
la previdenza integrativa. Grazie all'insieme delle attività sin qui ricordate il bilancio dell'esercizio '91 si è chiuso con un utile netto di circa 7 miliardi e 900 milioni, di cui 5 miliardi e 100 milioni sono stati destinati alla remunerazione del capitale sociale, capitale diffuso tra oltre 5.500 soci.

In sintesi la BIs ha fatto del dinamismo la sua principale caratteristica: tra il 1990 e il 1992 è stata realizzata una fusione, sono state aperte 8 nuove filiali, di cui tre in capoluoghi di provincia come Chieti, Campobasso e Pescara, si è iniziata ed ormai terminata la costruzione della nuova prestigiosa sede centrale, si è ottenuta l'autorizzazione alla piena operatività nel settore estero e si è allestito un nuovo modernissimo

centro elaborazione dati. Questo intenso processo di sviluppo, prefigurato nelle sue linee strategiche già sul finire degli anni Ottanta, ha trovato sostegno nella continua adesione della compagine sociale della ex Bpl, successivamente arricchitasi della componente sulmontina, e nell'attivo apporto umano e professionale del personale dipendente.

La qualità del capitale umano ha consentito di affrontare le difficoltà insite nei processi di crescita e trasformazione.

Ed è sul capitale umano che continuiamo ad investire incessantemente, con iniziative di formazione tese ad approfondire sia il profilo tecnico-professionale che le attitudini relazionali e manageriali.



## Economia e turismo in Abruzzo 7% dei consumi, 4% del reddito

Come è noto, l'Italia è un paese in cui il settore «Turismo» concorre con una percentuale di rilievo alla formazione del Pil (almeno il 5% nel 1989 da una stima Istat), oltre ad avere numerosi riflessi positivi sui consumi, sull'occupazione, nell'edilizia, negli scambi internazionali ecc. (sommando gli effetti diretti con quelli indotti del turismo si totalizza una quota pari all'8% del Pil).

La regione Abruzzo si collocava, già nel 1988, insieme alla Valle d'Aosta ed al Trentino fra le prime regioni in Italia con il più alto rapporto fra presenze e popolazione.

L'attività turistica, nella regione, esplica un ruolo di

massimo rilievo nel settore terziario determinando effetti propulsivi sia diretti che indotti in questo come in altri settori.

Essa sua importanza può essere confermata da alcuni indicatori statistici: un'occupazione diretta di oltre 22mila unità (pari al 5% del totale) che, se vengono sommate a quelli dell'industria, raggiungono le 35mila unità (pari al 7,6% del totale regionale).

Fra esse, gli addetti risultano distribuiti così come segue: 50-55% nel commercio, alberghi e pubblici esercizi; il 15% nei trasporti; il 6% nell'agricoltura ed il restante 25-30% nei servizi e nella trasformazione.

Prendendo spunto da in-

formazioni di fonte Istat, si calcola che nel 1990, considerando una spesa turistica media giornaliera di 30mila lire, i consumi turistici in Abruzzo sono stimabili in circa 900 miliardi (pari al 6,7% del totale dei consumi e pari al 4% del reddito prodotto nella regione) ai quali andrebbero sommati tutti gli effetti moltiplicativi, difficilmente qualificabili in questa sede, ma i cui effetti sono di indubbio beneficio per l'economia regionale.

I vantaggi, infine, dovrebbero maggiori, quando, anche se in minima parte, i consumi turistici fossero determinati da capitali esteri, si determinerebbero pertanto benefici anche sulla bilancia commerciale e dei pagamenti.