

Ritengo utile una riflessione su quale tipo di turismo vogliamo a Monopoli.

Da alcuni anni sono in atto nella nostra società alcuni processi alimentati in parte dalla maggiore facilità di accesso e di diffusione dell'informazione dovuta alle innovazioni informatiche e telematiche e dalla maggiore velocità dei mezzi di trasporto che riducono inevitabilmente le distanze geografico- culturali. Tutto ciò ha contribuito da una parte ad una omologazione dei criteri di comportamento dall'altra alla valorizzazione della soggettività, del diverso, della tradizione locale con riflessi evidenti sui modi di fare turismo

In particolare mi soffermo a considerare il processo di inculturazione ovvero quel processo di appropriazione dei modelli culturali presenti nel proprio gruppo di origine che negli ultimi anni ha portato a rivalutare le tradizioni locali, la gastronomia, i prodotti tipici e a sviluppare forme di turismo in tal senso

Il Turismo risulta essere oggi, più che in passato, un veicolo per l'autorealizzazione, il piacere, la cultura, il tempo libero e quindi deve soddisfare le esigenze sempre più personalizzate del turista.

Il turismo rappresenta un comparto trasversale ai settori economici che produce ricchezza e apporta numerosi benefici quali

- Nuovi lavori e opportunità d'affari
- Incassi addizionali
- Nuovi mercati per i prodotti locali
- Miglioramenti nelle infrastrutture e nei servizi per la comunità
- Sviluppo di nuove abilità e tecnologie
- Maggiore consapevolezza e protezione dell'ambiente e della cultura
- Un migliore uso del territorio

Ma vi sono anche gli effetti indotti dal turismo, quali il deterioramento delle destinazioni turistiche e delle attrazioni naturali, la sopraffazione delle culture, il crescente risentimento delle comunità locali.

E' quindi ormai ampiamente confermato a livello mondiale che non si può pensare allo sviluppo turistico di una località senza considerare la sua sostenibilità.

La soluzione proposta è lo sviluppo sostenibile o gestione sostenibile del turismo.

Essa prevede

1) di costruire il turismo con una mentalità diversa rispetto al passato non pensando a realizzare profitti a breve termine ma pensando al futuro, realizzando una solidarietà con le generazioni future, una compatibilità tra turismo e ambiente, tra aspettative dei turisti e necessità dei residenti.

2) richiede la gestione ed il controllo delle risorse esistenti nelle destinazioni turistiche per assicurarne l'uso nel tempo affinché sia ecologicamente sopportabile a lungo termine, economicamente vitale, eticamente e socialmente equo per le comunità locali e realizzi l'integrazione fra ambiente naturale, culturale e umano rispettando gli equilibri delle destinazioni turistiche; e non trascuri di considerare gli effetti indotti sul patrimonio culturale e su attività, tradizioni delle comunità locali.

Quindi il turismo può essere una risposta alla necessità di sviluppo economico e di lavoro di una comunità se però si è capaci di sostenere la base culturale e naturale del luogo senza eroderla.

Gli elementi necessari per sviluppare il turismo sono i seguenti:

- attrazioni e attività ovvero cose da fare e da vedere per il turista;
- ricettività e servizi : posti dove dormire e mangiare;
- trasporti: facili accessi alle aree e nelle aree;
- infrastrutture: acqua luce gas smaltimento rifiuti fogna;

- servizi di viaggio: agenzie di viaggio e guide turistiche
- servizi di promozione e informazione turistica; per informare il turista su cosa vedere e fare nella località turistica

L'attenzione è focalizzata sul turista ma allo stesso tempo è dedicata a migliorare la qualità della vita di chi vive e lavora in quei posti e alla protezione dell'ambiente. Per essere economicamente sostenibile esso deve essere sostenibile nelle condizioni ambientali, sia naturali che culturali.

3) Il turismo sostenibile invita ad una partecipazione attiva di tutti i soggetti pubblici e privati e alla cooperazione a tutti i livelli

4) e mira alla costruzione di forme alternative di turismo quali: l'ecoturismo, il Turismo rurale, l'Urbsturismo.

Il turismo sostenibile è definito come un modello di sviluppo economico che:

- Migliora la qualità della vita della collettività ospitante;
- fornisce al visitatore una esperienza di alta qualità e
- mantiene la qualità dell'ambiente dal quale sia la comunità ospitante che il visitatore dipende.

Lo sviluppo turistico del territorio deve puntare, oltre che ad una gestione sostenibile del turismo, anche :

- ad un orientamento al marketing, per soddisfare le esigenze di segmenti sempre più differenziati di turisti.
- Deve inoltre creare una immagine ben definita del prodotto/territorio che si vuole promuovere e che dipende dalla vocazione turistica ovvero a) dalla predisposizione naturalistica e culturale ad essere meta turistica, b) dalla struttura dell'offerta: dalla quantità e qualità dei servizi offerti e c) dal grado di accoglienza. Occorre quindi creare una immagine visiva e facilmente impressionabile per mezzo di segni di riconoscimento che ricordino la meta turistica nel tempo.
- Infine occorre incentrare l'azione promozionale su iniziative di co-marketing per una promozione integrata fra turismo ed attività produttive che permetta di razionalizzare le risorse riducendo i costi e migliorando i risultati.

Non ci si può quindi limitare ad una breve analisi della situazione ma è necessaria una attenta pianificazione turistica capace di spingere lo sviluppo aiutando ad incrementare il reddito delle famiglie e l'occupazione del territorio Monopolitano.

Un piano di sviluppo turistico contempla 7 punti principali:

1. analisi del territorio;
2. determinazione degli obiettivi e dei vincoli dello sviluppo turistico,
3. definizione dei prodotti turistici;
4. identificazione del segmento di mercato e del target di domanda;
5. formulazione della strategia di sviluppo;
6. definizione degli interventi;
7. definizione del processo di attuazione del piano.

L'analisi del territorio ci aiuta ad identificare i fattori che possono influenzare il modello di sviluppo che andremo a proporre e gli eventuali elementi di crisi.

Si possono individuare 4 livelli di analisi:

- l'analisi socio economica; (ad esempio la densità, gli abitanti, l'estensione territoriale, il tasso di disoccupazione, la qualità della forza lavoro, la congestione urbana, la microcriminalità);

- l'analisi dei fattori attrattivi della domanda suddivisi in primari e secondari, stato di conservazione, accessibilità, possibilità e qualità della fruizione;
- l'analisi dei servizi turistici offerti o potenzialmente fruibili sul territorio percorrendo la Tourist Supply Chain ed analizzando la completezza dell'offerta e la qualità;
- l'analisi degli attori del sistema turistico: propensione all'investimento, capacità di investimento, livello di professionalità nel settore.

La determinazione degli obiettivi verrà effettuata ricorrendo ai programmi di governo delle Amministrazioni, mentre i vincoli derivano dall'analisi del sistema turistico e dall'analisi sociodemografica. In questa fase viene stabilito il modello di sviluppo turistico che si intende adottare nell'area e che viene identificato dal tipo di mercato a cui si indirizza e dalle caratteristiche degli investitori nel sistema dei servizi turistici.

La definizione del prodotto turistico attiene all'area marketing. Il prodotto turistico che la località lancerà sul mercato comporterà sia la scelta dei fattori attrattivi da promuovere sia la definizione in maniera dettagliata dell'intera Tourist Supply Chain. A tal proposito è importante definire la capacità di carico della località oggetto del piano di sviluppo. L'introduzione di un prodotto turistico deve essere sostenuta dalla capacità della località di assorbire il flusso della domanda senza danneggiare l'ambiente, le tradizioni, le risorse storico culturali, anzi valorizzandole nel lungo periodo. Si considereranno anche i modelli di gestione del flusso turistico. Importante è anche considerare il rapporto tra i turisti e i residenti nella zona.

Definito il prodotto occorre identificare il **segmento di mercato** a cui il prodotto è indirizzato e il target di domanda. Dal segmento alla nicchia si definiscono chi saranno i clienti potenziali e gli eventuali tour operators leaders nella nicchia prescelta. Sarà poi necessario determinare il prezzo a cui si può offrire il prodotto e stimare i costi. Per mezzo del punto di break even point saremo in grado di determinare il livello di domanda necessaria per pareggiare i costi del prodotto.

La formulazione della strategia di sviluppo spesso comporterà uno stravolgimento dell'equilibrio esistente sviluppando una serie di iniziative idonee a produrre un maggior numero di servizi turistici rispetto al periodo precedente. E' necessario stabilire con quali risorse umane, con quali risorse finanziarie, attraverso quali meccanismi e in quanto tempo si conseguiranno gli obiettivi indicati nel piano.

La definizione degli interventi porterà ad indicare le infrastrutture, i nuovi servizi e le azioni sulle risorse umane necessarie per strutturare sul territorio un'offerta turistica adeguata, focalizzata su uno specifico prodotto e mirata ad un determinato target.

Infine **l'iter attuativo del piano** che scomporrà il processo in azioni elementari e determinerà l'ordine di priorità degli interventi, i colloqui con i soggetti coinvolti, la comunicazione delle iniziative di investimento, il riscontro fra singoli progetti e piano, portando anche ad eventuali riformulazioni e ridefinizioni del quadro strategico di sviluppo e alla ricalibratura dei singoli progetti se fosse necessario.