



Le relazioni che legano il fenomeno turistico al territorio, che ne rappresenta la risorsa di base, sono state al centro della XXa edizione delle «Giornate del Turismo Montano» che si è conclusa con l'intervento del presidente di Assoturismo Vittorio Messina.

“La montagna – ha sottolineato Vittorio Messina - si caratterizza per una grande differenziazione di risorse ed opportunità, che fanno leva sulla presenza di aree protette, rinomate stazioni di turismo invernale, eventi con al centro attività sportive, apprezzati siti termali, borghi storici di grande interesse, musei tematici nonché un notevolissimo serbatoio di cultura immateriale. Ad ognuna di queste tipologie corrisponde un target specifico in modo da potere declinare una pluralità di turismi e: in questa chiave potere orientare la lettura di informazioni che riguardano l'accessibilità, il patrimonio naturalistico e culturale, la tipologia, la distribuzione e la presenza in rete delle strutture ricettive”..

“Ne emerge altresì l'esigenza – ha aggiunto Messina - di integrare le risorse dell'offerta, differenziandola in funzione delle caratteristiche di ogni territorio nonché l'esigenza di riqualificare ed aggiornare conoscenze e competenze degli operatori, per renderli maggiormente flessibili e pronti a cogliere le grandi opportunità offerte dal sistema montano. La strategia programmatica per il territorio montano, deve intanto perseguire l'obiettivo di riportare le persone a vivere in montagna, intervenendo sui fattori di contesto che determinano l'attrattività territoriale e la possibilità di attivare il capitale umano”.

“Le attività legate al turismo montano ha detto ancora il presidente di Assoturismo - rientrano a pieno titolo in questa prospettiva strategica: infatti il sistema turistico rappresenta una componente particolarmente importante nel trattenere popolazione residente, contrastare i fattori che spingono all'esodo ed in generale costituisce uno stimolo al potenziamento di attività esistenti o alla nascita di nuove attività. Ne consegue come il turismo non può essere inteso come unico fattore di sviluppo locale ma è indubbio che una buona articolazione ed integrazione dell'offerta di servizi da parte di un sistema territoriale ben strutturato, contribuisce ad ampliare l'offerta e costituisca di per sé un interessante potenziale di crescita delle economie locali”.

“Oltre al mero valore economico – a giudizio di Vittorio Messina - il turismo è l'unico settore dell'economia che è in grado di creare nuove relazioni umane, permettendo così ai residenti di queste zone di mantenere attivo il rapporto con il mondo esterno: uno stimolo essenziale soprattutto per le giovani generazioni. Ciò è ancora più valido per la montagna, dove la distanza degli insediamenti abitativi dai principali centri porta inevitabilmente ad un conseguente allontanamento dai nuovi modelli e stili di vita. Pertanto, in un'ottica strategica legata alla montagna, la capacità del territorio e dei suoi residenti di vedere le opportunità offerte dal settore turistico e di attivarsi per sviluppare servizi in questo ambito è fondamentale e deve essere sostenuta. Infatti, al di là delle dotazioni naturali, culturali ed infrastrutturali, tale aspetto è fortemente legato a risorse immateriali come la professionalità e la competenza degli operatori, la capacità d'accoglienza, l'uso intelligente delle nuove tecnologie, che se opportunamente valorizzate possono costituire un vantaggio competitivo significativo per il territorio che le possiede. Un'attrazione infatti è tanto più forte quanto maggiore è il suo carattere di unicità, che rende quel luogo diverso dagli altri e quindi attrattivo secondo target specifici. Se, però, da un lato bisogna insistere su tale linea di integrazione dall'altro occorre che il

comparto turistico della montagna acquisisca maggiore consapevolezza sul fatto che l'offerta deve ampliarsi e differenziarsi maggiormente rispetto a quella esistente: le discipline sportive invernali devono essere affiancate da nuove opzioni, come pure è necessario innalzare il livello qualitativo legato alle offerte. La tematica della differenziazione dei prodotti e della loro innovazione, inoltre, deve riguardare anche il periodo estivo, dove i margini di miglioramento degli indici economici è ancora maggiore”.

“In ultimo ma non per ultimo – ha concluso Vittorio Messina - serve l'impegno degli imprenditori della filiera turistica per rigenerare e qualificare servizi ed infrastrutture, soprattutto in ambito ricettivo. Ma serve anche l'impegno ad accompagnare la crescita e lo sviluppo del settore turistico con una maggiore attenzione da parte delle istituzioni ai diversi livelli. Un'attenzione che si concentri anche sulla necessità di affrontare con maggiore impegno il fenomeno dell'abusivismo e della concorrenza sleale, aspetti che incidono sovente anche sulla qualità dell'ospitalità. Ma perché questo impegno si traduca in un vero valore aggiunto, è necessario mettere in campo una politica economica nuova che sostenga lo sviluppo e la competitività del turismo italiano attraverso un piano di intervento per sostenere il settore e trasformare il rilevante interesse turistico per l'Italia in una risorsa per tutta la nostra economia”.