

E' indispensabile una collaborazione strategica tra istituzioni ed imprese private. Le città devono scambiarsi esperienze

Turismo culturale urbano: orientamenti comunitari allo sviluppo integrato

Cosimo Notarstefano*

La diversità del patrimonio culturale europeo ed il dinamismo della creazione artistica e culturale rappresentano fondamentali testimonianze di civiltà della "identità europea".

In tale contesto le aree urbane vengono sempre più considerate quali elementi delle realtà e luoghi di offerta culturale e turistica, poiché la conservazione di detto patrimonio assieme alla qualità dell'offerta culturale rafforzano l'interesse per le stesse aree urbane, che acquistano così valore economico, come fattore di localizzazione degli investimenti e fonte di turismo.

L'Unione Europea ha da tempo riconosciuto l'esistenza di un collegamento diretto tra politica della coesione economica e sociale e ruolo della cultura, con i suoi innegabili effetti sull'occupazione. Tuttavia non ci si rende ancora pienamente conto del vero potenziale di tale patrimonio, né delle possibilità di ulteriore innovazione. Il turismo culturale intende in particolare ridefinire gli spazi, incentrando l'attenzione sui suoi aspetti economici ed occupazionali nell'ambito urbano, mettendo in rilievo il valore dell'attività culturale ed il suo contributo alla coesione sociale, all'identità regionale ed allo sviluppo della collettività nel contesto urbano.

Il contributo economico potenziale della cultura nelle aree urbane assume importanza ancor maggiore dati i problemi di disoccupazione particolarmente acuti concentrati in tali aree e il livello di impoverimento in talune città minaccia di erodere il tessuto sociale ed alimenta l'emergere di sottoculture spesso socialmente discordanti.

Il contributo della cultura allo sviluppo

Le numerose sfaccettature delle testimonianze culturali hanno impatti considerevoli sul benessere sociale ed economico di una determinata area urbana e le attività ad essa associate rappresentano una rilevante fonte di occupazione diretta ed indiretta.

La cultura influenza in maniera sempre più rilevante la localizzazione dei nuovi investimenti in quanto offre un'immagine positiva ed aumenta la forza di attrazione di

un territorio rappresentando, inoltre, uno strumento decisivo per la rigenerazione di aree socialmente ed economicamente sfavorite, agevolando l'integrazione sociale.

La vocazione del turismo, al di là dei benefici economici e sociali, consiste pertanto nel contribuire ad influenzare un cambiamento di comportamento nei confronti della cultura e del patrimonio culturale, specie tra i detentori del potere politico decisionale. Il turismo culturale aiuta pertanto a "concretizzare" i progetti riguardanti la cultura e rappresenta una manifestazione esplicita delle ricadute economiche che la cultura può comportare.

Attività culturali e iniziative turistiche, pur dipendendo in larga misura le une dalle altre, possono avere obiettivi primari assai distinti, il che non sempre favorisce una cooperazione senza intoppi.

Solitamente si evidenziano sensibili differenze quando:

- le principali scadenze di pianificazione fanno riferimento a parametri temporali diversi;
- viene a mancare l'accordo circa la definizione e la valutazione del prodotto/servizio;
- la scarsa conoscenza del mercato limita le iniziative ad alcune aree specializzate;
- la commercializzazione e la promozione dei prodotti culturali sono realizzate dai produttori stessi e raramente sono integrate nelle reti di promozione e di commercializzazione turistiche;
- uno sfruttamento turistico inadeguato del patrimonio culturale può provocare disfunzioni o deterioramento del medesimo.

I mercati del turismo culturale sono complessi e segmentati e non vengono sempre trattati nella maniera più efficace utilizzando i canali turistici convenzionali.

Il turismo nelle aree urbane

Le problematiche affermatasi in molte aree urbane europee - specie nei loro settori economici tradizionali - hanno fatto progressivamente aumentare l'importanza del settore turistico.

Le città sono più consapevoli delle opportunità offerte

dal turismo, considerato che una funzione turistica rafforzata può migliorare la struttura dell'economia regionale di una città e che il turismo dipende dalle imprese locali di dimensioni piccole e medie, vero pilastro sul quale poggiano numerose economie regionali.

Nella fattispecie il turismo culturale viene visto come un settore emergente che le aree urbane possono sfruttare per aiutare a compensare la perdita di posti di lavoro industriali nei settori tradizionali. Tuttavia il suo potenziale in tal senso può risultare ridotto, data la diversità delle capacità professionali tra la forza lavoro dei servizi e quella industriale. È opportuno, comunque, considerare che non tutte le città possono fare affidamento sulle attività turistiche quale volano di sviluppo economico, e ancor più nello specifico sul turismo culturale.

Difatti si concorda nel valutare necessarie almeno tre condizioni di fondo affinché un'area urbana possa seriamente esaminare la possibilità di sviluppare le proprie attività turistiche:

- **un'immagine attraente o interessante;** i turisti devono essere consapevoli di potervi trascorrere un



Foto: Photopress Pupilla

periodo piacevole (è tuttavia difficile valutare in che misura l'immagine influenzi la scelta della destinazione e quanto corrisponda alla qualità del prodotto turistico offerto).

- **la qualità e la gamma dei prodotti/servizi turistici;** la città deve essere in grado di offrire rilevanti attrazioni o prodotti di qualità ed una gamma completa di servizi complementari (alloggio, ristoranti, trasporti, informazioni, ecc.).
- **la capacità della città di garantire l'efficacia sul lungo termine dello sviluppo delle attività turistiche;** in tal senso si annoverano la manutenzione del prodotto turistico, l'offerta di forza lavoro qualificata e la diffusione di campagne di marketing efficaci.

Pur mancando una precisa quantificazione dell'impatto economico e dei livelli di occupazione creati, sono state formulate numerose considerazioni d'ordine generale, tra le quali figurano le seguenti:

- a mancanza di una visione comune per la cultura e per il turismo nelle città;
- la necessità di sviluppare e coordinare le possibilità di formazione e di occupazione;
- la carenza di professionalità e le lacune nel controllo delle norme per talune attività del settore del turismo;
- la necessità di stimolare il partenariato tra istituzioni culturali e settore privato;
- l'interesse di collegare le attività e le attrazioni culturali di una città con la sua infrastruttura;
- la necessità di elaborare una strategia degli eventi culturali, prolungare la stagione turistica ed organizzare gli eventi in aree diverse della città;
- il desiderio di evitare un'immagine artefatta (città come parco tematico).

Innescare un processo di sviluppo integrato

a) *Dinamica di concezione: piani strategici e obiettivi*

La scelta degli obiettivi dipende da fattori legati al contesto, alla collocazione, agli orientamenti della dinamica turistica in coerenza con la politica di sviluppo urbano e, l'attuazione presuppone che particolare attenzione sia riservata:

- all'analisi dell'esistente (gli operatori delle destinazioni urbane necessitano di un'analisi approfondita di tipo SWOT sulla collocazione del turismo rispetto alle grandi tendenze del mercato, sulle sue potenzialità e

Turismo culturale urbano: orientamenti comunitari allo sviluppo integrato

sui limiti del suo sviluppo sostenibile, sul suo impatto positivo e sui relativi ostacoli);

- alla definizione degli obiettivi e delle linee direttrici del processo (gli obiettivi saranno operativi, valutabili, scaglionati nel tempo e di numero limitato, potranno essere comunicati più facilmente, favorendo l'informazione di visitatori sempre più sensibili);
- all'ambiente e allo sviluppo sostenibile (che si inseriranno in linea con i temi di Agenda 21 in una strategia globale di sviluppo urbano tesa a massimizzare gli effetti socioeconomici locali e ad ottimizzare la qualità della vita sia per il presente che per le generazioni future);
- alle risorse umane e alle iniziative di formazione (poiché il fattore umano rappresenta una delle chiavi di successo di una destinazione turistica urbana. Ciò di cui il visitatore si ricorderà e di cui testimonierà sarà proprio la qualità dei contatti umani. e, quindi, si dovrà tenere sempre conto della soddisfazione del personale, moltiplicando le fonti di sviluppo individuale attraverso una politica di formazione continua e di miglioramento delle condizioni di lavoro).

b) Dinamica di attuazione: le iniziative delle autorità pubbliche

Ogni destinazione urbana sceglie le proprie priorità per l'attuazione del suo piano di sviluppo attraverso una vasta gamma di azioni, spesso su iniziativa delle autorità pubbliche e in particolare nell'ambito:

- dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile (politica generale di tutela e di gestione con l'integrazione nei piani regolatori, dello sviluppo di infrastrutture turistiche e di programmi di risanamento edilizio nel centro delle città, la raccolta dei rifiuti);
- dell'accessibilità e della mobilità (tale approccio dovrà prevedere essenzialmente: lo sviluppo di trasporti pubblici intermodali efficienti e a prezzi competitivi; la vendita di prodotti e servizi specifici che incoraggino i turisti e i residenti a privilegiare l'uso dei trasporti pubblici; la predisposizione di parcheggi di dissuasione e di zone ad accesso e traffico limitati; attenzione del tutto particolare dovrà, inoltre, essere riservata ai disabili);
- della sicurezza (il miglioramento reale e soggettivo della sicurezza di una destinazione contribuisce alla sua immagine e al suo potere di attrazione turistica).

Ogni destinazione urbana impegnata nello sviluppo delle attività turistiche culturali deve realizzare un programma

di sostegno agli operatori turistici attraverso un insieme di servizi che coprono:

- la comunicazione interna e l'animazione;
- la promozione e la comunicazione esterna;
- le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione;
- la formazione.

Ogni destinazione turistica svilupperà la sua politica di promozione secondo due assi:

- una presenza e una visibilità costante presso i professionisti del turismo, attraverso l'uso, in particolare, delle nuove tecnologie e la creazione di un sito Internet;
- una presenza sul campo tramite i promotori e gli ambasciatori occasionali della destinazione (agenti di polizia, tassisti e conducenti di mezzi di trasporto pubblico, commercianti ecc.).

c) Dinamica di partenariato

Le condizioni che stimolano, sviluppano e mantengono viva la dinamica di partenariato dei diversi soggetti consistono nel:

- predisporre una direzione forte, strutturata, istituzionalizzata e dotata di strumenti d'azione (finanziari e umani), che goda di autonomia e di responsabilità beneficiando del sostegno dei poteri pubblici, degli operatori del settore privato e della popolazione locale;
- intraprendere, dalla fase di definizione del progetto a quella di monitoraggio della sua realizzazione, un processo di partenariato basato su una collaborazione stretta e coerente tra tutti i soggetti interessati a livello locale, regionale, nazionale, e persino internazionale, beneficiando degli effetti delle sinergie delle azioni e delle economie di scala che ne derivano;
- elaborare una visione comune dello sviluppo del turismo basata sulla concertazione tra gli operatori, la consultazione della popolazione locale e un sistema efficiente di circolazione interna dell'informazione;
- ricercare una distribuzione equilibrata degli effetti positivi dello sviluppo turistico urbano tra visitatori, professionisti del settore e relativo personale, e popolazione locale;
- definire una politica coerente e coordinare sul campo l'azione dei servizi che si occupano del turismo e degli altri servizi responsabili dello sviluppo urbano che contribuiscono in modo sostanziale alla qualità dell'esperienza del visitatore (trasporti pubblici, nettezza urbana, polizia ecc.).

- predisporre incentivi che favoriscano la nascita e lo sviluppo dell'iniziativa privata nel miglioramento della qualità del turismo, incentivi costruttivi o repressivi che potranno prendere forme molteplici (misure fiscali, aiuti e sussidi, informazione e promozione, premi e ricompense, formazione ecc.).

La crescente concorrenza internazionale aumenta l'importanza dei partenariati transnazionali allo scopo di:

- valutare il successo delle misure già adottate;
- promuovere forme di vacanza e prodotti turistici sperimentali;
- aumentare la competitività sul piano internazionale salvaguardando specifiche caratteristiche nazionali e valorizzando il nome delle città;
- sviluppare migliori linee di comunicazione e connessione in rete, soprattutto nelle nicchie di mercato come per il settore attinente ai disabili.

Ciò può venir effettuato a livello di Unione Europea, ma anche mediante reti di città europee capaci di offrire una gamma di esperienze culturali urbane ed europee ai potenziali turisti dell'Unione e dei paesi terzi.

I servizi offerti ai turisti

Un tale processo deve riservare un'attenzione costante alle esigenze dei turisti non solo durante il soggiorno ma già prima della partenza, durante il viaggio e dopo il ritorno a casa in termini di:

- informazione e accoglienza (la prima dovrà essere accessibile in modo permanente sia tramite l'utilizzo di nuove tecnologie che degli operatori della destinazione in modo coerente, esauriente e attraente da rispondere alle aspettative dei visitatori; la seconda sarà visibile in tutti i punti strategici della destinazione, si tradurrà nell'amabilità, la disponibilità e la competenza dei professionisti del turismo, sarà rafforzata dalla partecipazione attiva della popolazione locale e dovrà fare affidamento sull'uso delle nuove tecnologie - strumenti di pagamento, diffusione e accesso all'informazione);
- l'alloggio e la ristorazione (sistemi di classificazione assieme a marchi di qualità e codici di condotta, valorizzazione del patrimonio culinario della destinazione o della sua regione, formazione specifica all'accoglienza del personale del settore ricettivo e ristorativo);
- le attrazioni, le manifestazioni e i prodotti combinati (la diversità delle risorse e la capacità della destinazione urbana di associare le attrazioni e le manifesta-

zioni determinano in buona parte l'attrattiva della città e il livello e la qualità degli effetti positivi prodotti dal turismo).

Tutto ciò comporta un approccio integrato e diversificato di:

- valorizzazione delle risorse della destinazione;
- controllo e di canalizzazione dei flussi nella città;
- ottimizzazione dell'accessibilità sia per i visitatori che per i residenti.

Conclusione

Lo sviluppo delle attività culturali e del turismo devono rientrare in una prospettiva plurisettoriale integrata quale processo dinamico che esige notevoli competenze, capacità organizzative e responsabilità di mezzi finanziari.

Per lo sviluppo di un turismo culturale urbano è indispensabile una collaborazione strategica tra istituzioni ed imprese private, sia nel senso di partenariato pubblico-pubblico che di partenariato pubblico-privato e, le città devono inoltre essere disposte a cooperare tra loro per scambiarsi esperienze e trasferire conoscenze sulle metodologie e le prassi migliori da adottare.

In tal senso le realtà urbane europee devono ribadire e ridefinire il proprio ruolo culturale al fine di svolgere una funzione turistica di rilievo nel settore culturale. Per godere dei benefici che ciò comporta, una città deve investire nella propria creatività e nelle caratteristiche che la distinguono e la rendono interessante anche al di là dei suoi confini regionali immediati evitando lo sciallore ed il rischio di iniziare a somigliare ad altre destinazioni.

Le città hanno tutto l'interesse di occuparsi di gestire la crescente mobilità nel tempo libero, svago e turismo, ribadendo il loro ruolo in quanto centro di attrazione e fulcro essenziale per le nuove esperienze culturali emergenti. Le aree urbane possono inoltre avvalersi dell'offerta turistico-culturale per contribuire al proprio sviluppo socio-economico, sfruttando il potenziale umano, integrando nella forza lavoro gruppi, quali i giovani e le donne, modernizzando le proprie risorse economiche e materiali, mobilitando gli investimenti e rinnovando e ristrutturando i sistemi urbani.

L'autorità pubblica locale dovrebbe assicurare un ruolo di:

- leader del processo integrato della qualità della destinazione turistica urbana;
- federatore dei diversi soggetti interessati attraverso la predisposizione di strutture di concertazione e consultazione;
- promotore di azioni specifiche che favoriscono il

Turismo culturale urbano: orientamenti comunitari allo sviluppo integrato



Foto: Photopress Pupilla

miglioramento della qualità dei servizi e dei prodotti turistici offerti;

- integratore di tale processo nel quadro più ampio dello sviluppo generale della destinazione e della regione circostante;
- garante di una politica di sviluppo sostenibile del turismo basato sull'utilizzazione ottimale delle risorse della destinazione.

I prestatori di servizi turistici, pubblici e privati, dovrebbero:

- essere i *partners* dell'autorità pubblica per la definizione, l'attuazione e il monitoraggio del processo di sviluppo;
- aderire alle norme, agli *standards* e ai marchi di qualità (e di rispetto dell'ambiente) ed impegnarsi costantemente nella ricerca del miglioramento dei servizi e dei prodotti offerti ai turisti;
- ascoltare l'opinione dei turisti e del proprio personale, al fine di arricchire il dibattito e il processo stesso;
- contribuire, tramite iniziative individuali e collettive, ad accrescere il potere di attrazione della destinazione;
- preservare, sviluppare e diffondere l'immagine positiva e la peculiarità della destinazione urbana.

La popolazione locale residente dovrebbe:

- partecipare alle riunioni di concertazione e alle inchieste organizzate dall'autorità pubblica nel quadro della definizione, attuazione e monitoraggio del processo;
- partecipare attivamente al miglioramento dell'accoglienza attraverso l'atteggiamento, l'amabilità e la disponibilità nei confronti dei visitatori;
- rispettare e contribuire all'applicazione di misure e provvedimenti adottati dall'autorità pubblica e riguardanti, tra l'altro, la pulizia della città, il risanamento edilizio, il rispetto dell'ambiente, l'utilizzazione dei mezzi di trasporto pubblico, la sicurezza.

A tal proposito, i turisti dovrebbero essere invogliati a comportarsi in modo responsabile e a:

- essere sensibili al benessere della popolazione locale;
- rispettare le tradizioni e le specificità culturali degli abitanti della destinazione;
- osservare le misure adottate per minimizzare l'impatto negativo dei flussi turistici sull'ambiente.

*coordinatore del Polo "Euromediterraneo" Jean Monnet
Università degli Studi di Lecce