

PRODOTTO LEISURE: UN'OFFERTA TERRITORIALE INTEGRATA

Position paper

Il modello di crescita complessiva della competitività del sistema turistico pugliese e italiano è legato alla differenziazione e valorizzazione dell'offerta territoriale.

Il *Territorio* rappresenta il *genius loci*, lo spirito del luogo, un'opportunità da valorizzare; in un'epoca caratterizzata da omologazioni culturali e "non luoghi", diviene uno strumento generatore e catalizzatore di nuove iniziative imprenditoriali locali, determinando il modello di sviluppo territoriale endogeno, *sostenibile e responsabile*. Il Territorio è quindi centrale nelle strategie di valorizzazione turistica, all'interno di una visione che intende superare il localismo delle politiche, focalizzando in contemporanea le aree di maggiore attrazione strategica per costruire azioni integrate, che aiutano un'intera area ad essere più competitiva e il cui modello di specializzazione produttiva è definito dalle *comunità locali*.

Fondamentale è l'individuazione dei *territori riconoscibili*, in modo formale o non formale da un p.v. della definizione giuridica o organizzativa, come aggregazioni di risorse attrattive, di infrastrutture e di servizi in cui siano distinguibili *prodotti turisti definiti* (offerta), declinati anche per i diversi target di clientela (domanda).

Il valore della diversità e la ricchezza del sistema pugliese è percepita, ma deve diventare riconoscibile. I territori pugliesi (ricchissimi di eccellenze e in molti casi hub di creatività) si caratterizzano per alcuni elementi comuni e distintivi: un capitale diffuso fatto di patrimonio artistico, paesaggio, tradizioni, ma anche know-how, innovazione e comunità ospitali.

Oggi la sfida per valorizzare a pieno questi asset sta nella capacità di creare reti e alleanze, di mettere in circolo questo capitale, creando interesse tra i diversi soggetti titolari a intervenire nella gestione delle risorse, sia nei rapporti tra pubblico e pubblico che in quelli tra pubblico privato. Non bisogna appassionarsi ai modelli teorici o astratti, ma valorizzare le esperienze concrete che rendono possibile un percorso di modernità, capace di tradurre la straordinarietà del territorio in diffusione delle conoscenze e reale ricchezza economica.



Negli ultimi anni in Puglia sono stati sviluppati vari modelli di aggregazione territoriale e diverse modalità di partenariato pubblico-privato finalizzati alla tutela, valorizzazione, promozione e fruizione delle diverse risorse territoriali e per lo sviluppo locale; e si sono sviluppati prodotti turistici leisure, partendo dalla valorizzazione degli elementi identitari della destinazione. Si pensi, ad esempio, ai Sistemi Ambientali e Culturali, ai Gruppi di Azioni locali, ai Gruppi di Azione Costiera, alle Fondazioni, alle Aree Turisticamente Rilevanti, alle aggregazioni dei Comuni, alle reti di attrattori, alle aggregazioni di imprese. In particolare, in questo contesto, le risorse e gli attori territori sono stati al centro di un'intesa attività di messa in rete, sviluppata da Pugliapromozione, seguendo specifici tematismi (arte e cultura, natura e sport, riti e tradizioni, campagna e sapori, vie e cammini), destinata a vari target di clientela (singolo, coppie, famiglie, utenti con esigenze specifiche, turisti con animali d'affezione), con la finalità su scala regionale di qualificare e rendere omogenea l'offerta dei territori, valorizzare le località meno note ma potenzialmente attrattive, potenziare la presenza turistica nei periodi di bassa stagione. Progetti come Puglia Open Days (108 Comuni, 300 Beni culturali tra castelli, chiese, parchi e aree archeologiche, musei, biblioteche, centri storici, 600 operatori), Discovering Puglia (26 parchi e aree protette, 140 strutture tra cantine, frantoi e masserie, 67 itinerari tra cammini e percorsi in bicicletta), Puglia for All (100 itinerari urbani per tutti, 283 attività per bambini, 231 strutture ricettive), la Rete regionale IAT di Puglia (85 uffici istituiti e operativi), sono stati ritenuti buone prassi in quanto hanno sviluppato e qualificato la rete dei servizi turistici pubblici e favorito la fruizione degli attrattori con modalità innovative, con l'obiettivo di uniformare gli standard di qualità e favorire il partenariato pubblico-privato; hanno promosso l'immagine di una destinazione in cui vivere esperienze uniche ed autentiche all'interno di un life style Puglia; ma soprattutto hanno avviato un processo di costruzione di reti relazionali e fisiche, utili a sviluppare aggregazioni di soggetti pubblici e privati, prodotti turistici, attività d'impresa, da consolidare, potenziare e ottimizzare.

La vera sfida, da raccogliere anche con il sostegno finanziario della programmazione comunitaria 2014/20, diviene pertanto quella di favorire una governance territoriale che qualifichi la gestione delle destinazioni (territori riconoscibili), mediante lo sviluppo di aggregazioni territoriali e reti di prodotto, e la formazione di *partenariati pubblico-privati*, volti a creare *sistemi territoriali e prodotti turistici di qualità*.