

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

ALLA
RICERCA
DI UNA POLITICA
ZONALE
A FAVORE
DEGLI
IMPRENDITORI
TURISTICI

ATTI DEL
CONVEGNO

a cura dell' Ing. Francesco Nunziata
(Associazione Amici di San Nicola Areella - ONLUS)

Praia a Mare
6 giugno 2004 - Hotel Jolly

CON LA PARTECIPAZIONE DI



ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

1* Edizione - Stampato il 31/10/2005

Sommario

Introduzione	I
Nota Metodologica	II
Scenario di Riferimento.....	1
<i>Patrimonio abitativo</i> 2	
<i>Gli abitanti</i> 3	
Mercato di riferimento e caratteristiche produttive	5
I dati consuntivi del periodo 1996-2001	11
Le possibili proposte metodologiche.....	17
Dati ISTAT	23
Contributi	29
<i>Le “Seconde Case”, una Risorsa disponibile (Luigi De Luca*)</i>	<i>31</i>
<i>Il “Servizio” al Turista del Terzo Millennio (Prof. Conte)</i>	<i>39</i>
<i>Una Politica dell’Accoglienza per lo Sviluppo Turistico del Golfo di Policastro (Paolo Branchicella*)</i>	<i>45</i>
<i>Definizione del Mercato Obiettivo e Politiche Zonali (Anna Maria Da Presbiteris)</i>	<i>51</i>
<i>Valorizzazione del Patrimonio Naturalistico dell’Area (Francesco Di Giorno)</i>	<i>53</i>
<i>Per un serio Modello di Sviluppo Turistico Regionale (Delly Fabiano, abstract)</i>	<i>55</i>
<i>Altri Interventi</i>	<i>56</i>
Risultati del Convegno.....	57
Indice delle tabelle	61

Introduzione

Il convegno che stiamo aprendo ha l'intento è di sollecitare le forze politiche dell' alto tirreno cosentino a tornare a fare politica del territorio per il territorio. L'incontro parte dai deludenti risultati emersi dal recente censimento generale dell'industria e della popolazione recentemente pubblicati dall'istat. Ma anche dalla generale insoddisfazione che ha pervaso le forze produttive locali.

Gli operatori turistici con questo convegno intendono mettere sul tavolo della discussione le opportunità e i bisogni per il rilancio delle imprese del territorio.

Gli imprenditori si aspettano che questa situazione di stasi possa essere ribaltata attraverso l'adozione di una azione "*politica*" consapevole e forte. e cioè' attraverso progetti zionali che abbiano una visione *politica del futuro*.

Politiche che siano cioè capaci di valutare gli effetti che le azioni programmate potranno avere sulle prossime generazioni., che siano consapevoli e capaci di individuare i bisogni., che siano capaci di coinvolgere i tutti membri della comunità (cittadini, imprenditori, turisti, pubblica amministrazione).

Gli operatori turistici questo convegno intendono mettere sul tavolo della discussione bisogni e proposte e si aspettano, dopo le elezioni, di poter ricevere, in un apposito convegno che sarà organizzato alla fine del mese di settembre, risposte dai propri amministratori..

Nota Metodologica

La base informativa di questa atlante è formata, per la massima parte da dati ufficiali. I dati non sono manipolati né aggregati. Per la maggior parte delle informazioni si è preferito una presentazione grafica, le corrispondenti tabelle numeriche sono disponibili su richiesta.

Per quanto riguarda i dati ISTAT (Istituto Statistico Nazionale), sono stati, principalmente adoperate le seguenti fonti:

- 14° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni;
- Demo, demografia in cifre;
- 8° Censimento Generale dell'Industria e dei Servizi;
- 5° Censimento dell'Agricoltura;
- I dati dell'Atlante Statistico dei Comuni realizzato nell'ambito del Progetto Informazione statisti territoriale e settoriale per le politiche strutturali 2001-2008.

Quest'ultimo documento, co-finanziato dai Fondi Strutturali della Comunità Economica Europea, raccoglie i dati statistici storici e si pone l'obiettivo di incrementare il patrimonio di informazioni statistiche di dettaglio territoriale a livello comunale.

Scenario di Riferimento

Il posizionamento del territorio, o meglio, dei territori che costituiscono l'area amministrativa dell'Alto Tirreno Cosentino.

L'ALTO TIRRENO COSENTINO è un'area vasta che parte da Tortora e si chiude a Diamante, comprende 14 località di cui più della metà montane, la sua identità geografica è una convenzione creata dalla Regione Calabria per l'identificazione di un territorio su cui avviare un programma di investimenti a valere sui Fondi Europei rientranti nel Piano Operativo Regionale (P.O.R.) Calabria 2000/2006.

Un territorio vasto composto da due zone disomogenee: la prima si estende a sud dell'Area ed è costituita da una zona costiera ampiamente antropizzata detta "Riviera dei Cedri" (compresa tra Scalea e Diamante); la seconda è l'area a nord che presenta le stesse caratteristiche geografiche, culturali e turistiche delle aree con cui confina Maratea e il Parco del Pollino

Si tratta di due zone estremamente disomogenee tra loro, i cui ultimi rilievi micro e macro economici evidenziano, anche a livello politico, un atteggiamento di evidente discontinuità.

Patrimonio abitativo

Secondo i dati dell'ultimo Censimento della Popolazione ISTAT (2001), il numero di unità abitative dell'intera area è passato da 52.065 abitazioni censite nel 1981 alle attuali 61.516 unità con un incremento netto, nell'ultimo ventennio, pari a 9.451 abitazioni.

Delle attuali 61.516 abitazioni presenti, ben 55.700 fanno parte del patrimonio dei comuni costieri. Per questi ultimi comuni, mediamente si contano 4,3 abitazioni per ogni famiglia residente contro le 1,43 dei comuni interni e l'1,39 dell'intera provincia di Cosenza.

I comuni costieri facenti parte della zona a Nord di Scalea presentano una densità del patrimonio abitativo di 2,9 abitazioni per famiglia residente (5.061 le abitazioni occupate da famiglie residenti su un totale di 17.316 abitazioni), senza contare le 9,5 abitazioni per ogni famiglia residente (4543 abitazioni su 476 abitazioni di residenti) di San Nicola Arcella. Per contro per il territorio costiero compreso tra Scalea e Diamante i dati del censimento 2001 fanno ascendere a circa 30.376 le abitazioni non occupate sulle 38.384 abitazioni totali disponibili, con una densità di 4,8 abitazioni per famiglia residente.

Nonostante il periodo 1981-1991 abbia fatto registrare, considerando l'intero territorio, la crescita più significativa (+ 6.000 abitazioni, circa 600 nuove abitazioni all'anno, quasi il 100% destinate ai non residenti), il periodo 1991 – 2001 ha visto una ulteriore crescita di circa 3500 abitazioni, di cui circa il 57% destinate ai non residenti. I dati di base

Secondo i dati dell'ultimo Censimento della Popolazione ISTAT (2001), il numero di unità abitative dell'intera area è passato da 52.065 abitazioni censite nel 1981 alle attuali 61.516 unità con un incremento netto, nell'ultimo ventennio, pari a 9.451 abitazioni.

Delle attuali 61.516 abitazioni presenti, ben 55.700 fanno parte del patrimonio dei comuni costieri. Per questi ultimi comuni, mediamente si contano 4,3

abitazioni per ogni famiglia residente contro le 1,43 dei comuni interni e l'1,39 dell'intera provincia di Cosenza.

I comuni costieri facenti parte della zona a Nord di Scalea presentano una densità del patrimonio abitativo di 2,9 abitazioni per famiglia residente (5.061 le abitazioni occupate da famiglie residenti su un totale di 17.316 abitazioni), senza contare le 9,5 abitazioni per ogni famiglia residente (4543 abitazioni su 476 abitazioni di residenti) di San Nicola Arcella. Per contro per il territorio costiero compreso tra Scalea e Diamante i dati del censimento 2001 fanno ascendere a circa 30.376 le abitazioni non occupate sulle 38.384 abitazioni totali disponibili, con una densità di 4,8 abitazioni per famiglia residente.

Nonostante il periodo 1981-1991 abbia fatto registrare, considerando l'intero territorio, la crescita più significativa (+ 6.000 abitazioni, circa 600 nuove abitazioni all'anno, quasi il 100% destinate ai non residenti), il periodo 1991 – 2001 ha visto una ulteriore crescita di circa 3500 abitazioni, di cui circa il 57% destinate ai non residenti.

Gli abitanti

Il territorio che nel suo complesso si estende per 504 kmq, mediamente , conta 47.905 residenti (di cui 23.512 di sesso femminile e 24.393 di sesso maschile), 17447 famiglie con una media, quindi, di 2,7 componenti per famiglia. Il 76,6% della popolazione residente (35.321 persone), vive nei comuni costieri.

I comuni costieri coprono il 39,3% del territorio, 198 kmq, con una densità abitativa pari a 178 abitanti per kmq. Il fenomeno delle seconde case fa raggiungere, generalmente nel periodo estivo, una densità abitativa di circa 1000 abitanti per kmq, pari ad una popolazione equivalente di 180-200.000 residenti temporanei.

L'area detta "Riviera dei Cedri" che ha favorito nel tempo lo sviluppo di un turismo di massa, agevolando insediamenti ad alta densità di presenze sulla

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

fascia costiera (con un record di circa 2000 abitanti equivalenti x kmq medi nel periodo estivo, dati desunti dal Censimento ISTAT 2001), aiutata in questo anche dalla conformazione geografica del territorio, sembra sia orientata ad adottare per il futuro politiche di “Riminizzazione” del territorio.

Tale tendenza sembra avvalorata anche dalla scelta di investire ingenti risorse nella costruzione di un aeroporto accreditato come capace di un milione di presenze. Volume di traffico che, tra le altre cose, produrrà alcuni problemi di vivibilità ad un ampio tratto di area circostante la pista, ivi compresa la spiaggia contigua, ma renderà di converso un buon servizio alle località turistiche confinanti quali Maratea e Diamante. Zone che hanno una propria antica capacità e qualificazione turistica, che posseggono consolidate capacità cantieristiche per la nautica da diporto e che possono contare su una rete di località dell'interno che vi fanno capo e ne accrescono l'appeal turistico.

L'altra zona, l'area litoranea che si affaccia sulla parte sud del “Golfo di Policastro”, presenta, mediamente, nel periodo estivo, una densità di 530 abitanti equivalenti x km², soprattutto a causa del picco realizzato da San Nicola Arcella che da sola raggiunge i circa 1200 abitanti equivalenti x km².

La zona che si inoltra, verso l'interno, nel Pollino, presenta zone con una importante tradizione di offerta turistica qualificata (Praia) e che, in qualche caso, ha saputo esprimere una visione strategica del proprio futuro (Ajeta).

Lo sviluppo di quest'area è favorito dalla contiguità con zone turisticamente e politicamente avanzate, per le quali si stanno consolidando interventi “zonali”, interprovinciali ed interregionali, per favorire una politica di qualificazione dell'offerta turistica. Una zona che, però, sinora non si è stata capace di svilupparsi sinergicamente con le zone contigue.

Mercato di riferimento e caratteristiche produttive

Le attività del territorio sono essenzialmente turistiche e quindi stagionali, ma sembrano soddisfare “turismi” differenti

Ambedue le zone costituenti l'Alto Tirreno Cosentino si affidano ad uno sviluppo basato prevalentemente sul settore turistico. La prima, la “Riviera dei Cedri”, secondo il Censimento ISTAT 2001, abitata da 22.344 residenti (217 abitanti per kmq) e 8.025 famiglie, può contare su un numero di circa 120.000 turisti abituali, provenienti essenzialmente dalle regioni limitrofe.

Una zona questa che si estende per 103 kmq e dove sono presenti 38.384 abitazioni che si sta dirigendo verso uno sviluppo che prevede l'apertura ad una clientela con provenienza più diversificata (nord italia/estero) e che sembra voler competere con la costa adriatica, pur senza averne ancora la necessaria qualificazione, con la progettata apertura dell'aeroporto civile.

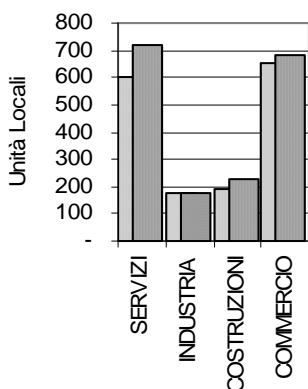
Si troverà, così, a competere con le destinazioni tipiche della costa mediterranea dell'Africa del Nord (Egitto, Tunisia, Libia). Territori che, a parità di *costo* effettivo dello spostamento (costo/tempo relativo/risultato atteso), offrono mare incontaminato e prestazioni residenziali-alberghiere di altissimo livello, e prezzi decisamente più convenienti e per periodi che coprono tutto l'anno.

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

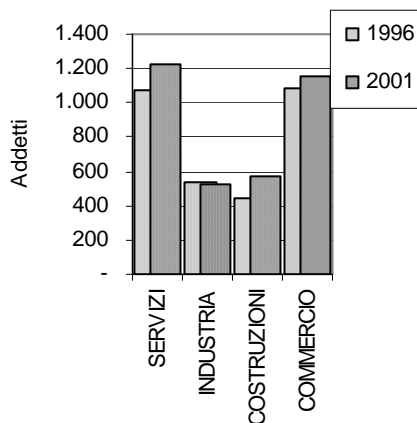
La Struttura produttiva di quest'area che si presenta con una evidente disomogeneità dei comportamenti, dovrà essere riorientata verso la definizione di una missione, necessariamente zonale, che tenga conto del fatto che dovrà operare in un mercato segmentato ma necessariamente omogeneo, quale è quello turistico.

Esclusa l'agricoltura, le 1.797 imprese (unità locali) (+ 10,7% rispetto al 1996) di questo territorio occupano 3.472 addetti (+ 11,1% rispetto al 1996). Sono ben 994 gli addetti delle 122 istituzioni pubbliche presenti nell'area.

Riviera dei Cedri
Raffronto 2001/1996



Riviera dei Cedri
Raffronto 2001/1996



Di queste le 177 imprese industriali (9,8% del totale, + 1,7% rispetto al censimento del 1996) occupano 524 addetti, le 679 imprese commerciali (37,8% del totale, + 3,7% rispetto al 1996) occupano 1.160 addetti, le 716 imprese dei servizi (39,8% del totale, +19,1% rispetto al 1996) occupano

1.221 addetti. Nell'area operano 225 imprese di costruzioni (12,1% del totale, il 56% del totale delle imprese industriali, +16,0% rispetto al 1996) con 567 addetti.

Il tasso di imprenditorialità, vale a dire il rapporto tra imprese attive e popolazione residente, risulta molto elevato, una impresa ogni 8,3 residenti attivi o, meglio, una impresa ogni 4,3 famiglie.

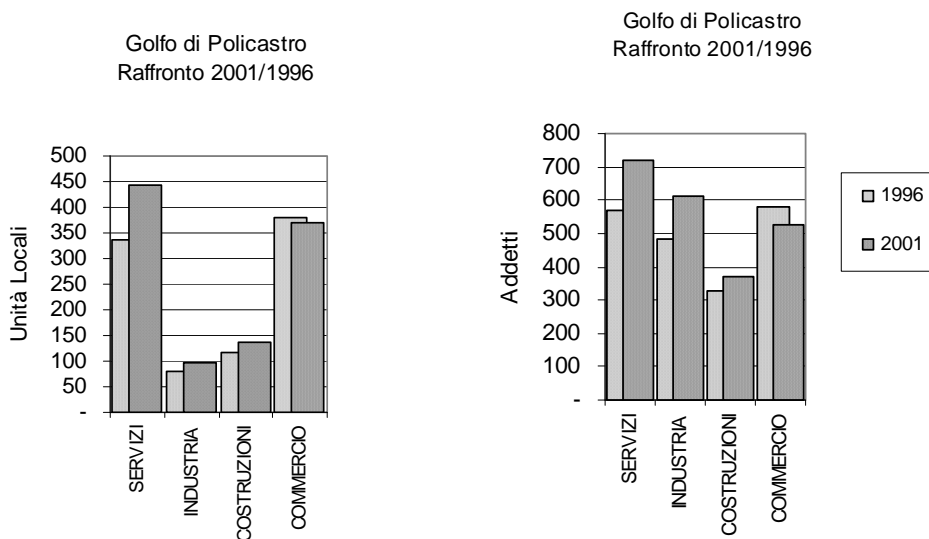
La seconda, l'area a nord, che copre il versante sud del Golfo di Policastro, che confina con Maratea e con il Parco del Pollino, è una zona che presenta un turismo qualificato e naturalista di livello medio-alto con attese diversificate che vanno dal mare alla montagna alla natura. Un turismo, questo, con buona capacità di spesa disponibile a frequentare il territorio anche al di fuori del mese di agosto, capace di avviare, se trattato con cura, la spirale virtuosa della valorizzazione del territorio e del patrimonio immobiliare esistente (e quindi delle entrate comunali), sempre che gli vengano offerti da operatori qualificati i servizi di cui ha bisogno.

Una zona da preservare che si estende per 140 kmq in cui, secondo il Censimento ISTAT 2001, vivono 14.390 persone residenti (102 residenti per kmq), 5.120 famiglie, 2.965 giovani minorenni, 2.040 anziani, e che può contare su un numero di turisti abituale costituito, per il periodo estivo, da circa 50.000 persone che occupano 17.316 abitazioni cui fanno riferimento, secondo i dati Infocamere 2003, 1288 imprese attive.

La Struttura produttiva di quest'area si presenta orientata ma frammentata e in qualche caso non abbastanza qualificata, con tassi di sviluppo, vicini alla media provinciale, nonostante operi in un mercato in continua e forte crescita, quale è quello turistico.

Esclusa l'agricoltura, delle 1.048 imprese (unità locali) di questo territorio (+ 14,9% rispetto al 1996), che occupano 2232 addetti (+ 13,6% rispetto al 1996), ben 138, con 372 occupati, sono le imprese di costruzioni (12,4% del totale, +17,9% rispetto al 1996).

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI



Le istituzioni pubbliche contano del 70%

Le 96 imprese industriali (9,2% del totale, + 21,5% rispetto al censimento del 1996) occupano 614 addetti, le 370 imprese commerciali (35,3% del totale, - 2,4% rispetto al 1996) occupano 527 addetti, le 444 imprese dei servizi (42,4% del totale, + 31,8% rispetto al 1996) occupano 719 addetti.

I recenti avvenimenti che hanno coinvolto la Merlane di certo modificano i dati degli addetti delle imprese industriali, ma quel che più conta incidono sulla vivibilità di alcune centinaia di famiglie non sono destinate ad influenzare il significato di questa analisi. Se non per il fatto che sarebbe illogico e dannoso per il futuro turistico dell'area permettere che questi lavoratori cerchino un inserimento nel settore turistico, senza che l'amministrazione non abbia offerto loro la possibilità di una adeguata riqualificazione.

La struttura produttiva dell'area è essenzialmente basata sulle attività commerciali e di servizio, imprese che, fatto salvo il consistente incremento

delle imprese balneari avvenuto in questo periodo, contabilizzano incrementi percentuali molto modesti e non sono, al momento, capaci di ulteriore crescita.

La massiccia presenza di imprese edili, il 59,0% del totale delle imprese industriali, con incrementi percentuali di crescita apprezzabili rispetto al 1996, +17,9% in termini di imprese (+12,9% a livello provinciale) e +12,7% a livello occupazionale (+7,7% a livello provinciale) , è legata in parte alla speranza di acquisire le ormai da lungo tempo attese commesse in opere pubbliche ma più verosimilmente è legata alla disponibilità delle istituzioni locali a privilegiare, ancora e solo, gli investimenti in seconde case.

Se questo trend dovesse essere confermato, la presenza di tante imprese di costruzioni, il cui consistente numero non comprende le imprese che si sono iscritte nel comparto delle imprese di servizio, comporterebbe una inevitabile ulteriore spinta all'aumento del numero delle costruzioni con il conseguente decadimento del valore del patrimonio abitativo (a Maratea si vende, e si compra, a 3-5.000 euro per mq contro i 400-700 euro per mq della zona in esame). Con la conseguente riduzione della disponibilità della gente ad avviare attività di manutenzione delle proprie abitazioni, condizione senza la quale non vi sarebbe alcuna valorizzazione dell'attuale patrimonio abitativo

I dati consuntivi del periodo 1996-2001

La peculiarità del territorio, la sua struttura produttiva e la misura del suo dis-sviluppo in relazione ai ratei di crescita realizzati.

Tornando ai problemi dell'intera area costiera, si può rilevare come la crescita industriale realizzata nel territorio nel periodo 1996 – 2001 risulti sbilanciata tra le due zone e dovuta, probabilmente, a sistemazioni di ordine amministrativo/fiscale.

Tale crescita risulta comunque non in linea con i trend di sviluppo realizzati dal paese,

	Imprese	Addetti
Costa sud del Golfo di Policastro	+14,9%	+13,6%
Riviera dei Cedri	+10,7%	+11,1%
media	+12,2%	+12,1%
Provincia di Cosenza	+5,4%	+20,9%
Italia	+25,1%	+13,6%

Dati ISTAT relativi al Censimento 2001 e 1996

Tabella 1 - Crescita industriale

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

specie per quanto riguarda lo sviluppo delle imprese dei servizi (mediamente +18,1% rispetto al 1996 contro un +38,2% dell'intero paese, a livello occupazionale).

Perfino a livello provinciale, che nello stesso periodo ha consuntivato una crescita modesta (+ 5,4% rispetto al censimento del 1996 per le imprese, + 20,9% per l'occupazione), è nell'area dei servizi che si è realizzata la maggiore crescita (+40,3% rispetto al 1996, a livello occupazionale)

Il tasso di imprenditorialità, vale a dire il rapporto tra imprese attive e popolazione residente, risulta molto elevato, una impresa ogni 7,3 residenti attivi o, meglio, una impresa ogni 3,9 famiglie, ma è il risultato di due debolezze: la dimensione delle aziende e la loro stagionalità, in particolare quelle della ristorazione e dei servizi (p.e. gli stabilimenti balneari).

L' estrema brevità del periodo di utilizzazione delle strutture e l'approssimazione del servizio offerto da queste ultime, rappresentano per l' imprenditore più un secondo lavoro che un intrapresa economica stabile.

In sintesi l'area costiera del territorio individuato dalla Regione Calabria come Alto Tirreno Cosentino consuntiva, secondo il Censimento della Popolazione e delle abitazioni, i seguenti dati:

	<i>Km2</i>	<i>abitanti</i>	<i>famiglie</i>	<i>abitazioni</i>	<i>Abitanti equiv.ti* x km2</i>
<i>Costa sud del Golfo di Policastro</i>	140	14.390	5.120	17.316	530
<i>Riviera dei Cedri</i>	103	22.344	8.025	38.384	2.000

* *Abitanti del totale delle abitazioni medi nel periodo estivo per ogni km2*

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

Tabella 2 - Abitanti ed abitazioni

e secondo il Censimento delle Imprese del 2001, i seguenti dati:

	Strutture ricettive**	Commercio & Servizi		Altre Imprese***		Addetti delle istituzioni
		Imprese	Addetti	numero	Addetti	
Costa sud del Golfo di Policastro	137	677	1.246	234	986	708
Riviera dei Cedri	199	1.196	2.381	402	1.091	994

** Alberghi, Campeggi, Bar, Ristoranti, Unità Locali (dati del censimento 96)

*** Esclusa Agricoltura, Unità Locali (dati del censimento 2001)

Tabella 3 - Imprese ed addetti

L'insieme delle strutture di ricettive presenti nel territorio, che hanno visto una contrazione del 3,9% nel periodo 91/81, hanno consuntivato una lieve inversione di tendenza (mediamente del + 4,7%) nel periodo 1996/2001 contro una crescita del 17,7% a livello provinciale.

	alberghi	ristoranti	bar	altro	Totale Strutture Ricettive (unità loc)	2001/1996 crescita %
Costa sud del Golfo di Policastro	27	45	54	10	137	+ 12,3%
Riviera dei Cedri	27	77	79	16	199	0,0%
Provincia di Cosenza	227	1.120	1.447	144	2.942	+ 17,7%

Dati del censimento 2001

Tabella 4 - Strutture ricettive

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

Tra queste le strutture ricettive alberghiere disponibili sembrano adeguate al livello delle presenze turistiche che l'attrazione del territorio consente e tenuto conto delle ragioni di una gestione economica che non può affidarsi ai deludenti risultati conseguenti in relazione alla attuale limitata durata della stagione turistica .

	<i>numero</i>	<i>Posti letto</i>	<i>Numero Camere</i>	<i>Numero Bagni</i>	<i>Posti letto per esercizio</i>	<i>camere per esercizio</i>
<i>Costa sud del Golfo di Policastro</i>	34	1.654	1.198	1.137	49	35
<i>Riviera dei Cedri</i>	36	3.810	1.983	1.776	106	55

Dati riferiti a rilevazioni del 1999

Tabella 5 - Strutture alberghiere

Ma anche tenuto anche conto della concorrenza rappresentata dalle numerose abitazioni che sono offerte in fitto nel periodo estivo quale conseguenza della disaffezione degli attuali proprietari,

In generale, si può rilevare che, fatte salve le imprese industriali, la consistenza quantitativa del sistema imprenditoriale locale si accompagna ad evidenti limiti qualitativi. Uno dei più penalizzanti è rappresentato, come accennato, dalla ancora contenuta dimensione aziendale (2,4 dipendenti per impresa contro i 3,1 a livello nazionale) cosa che, come è intuibile, non consente alle iniziative imprenditoriali l'offerta di servizi qualificati e le possibili economie di scala.

E' comunque interessante constatare che rispetto al 1996 la dimensione aziendale (numero dipendenti per impresa) è cresciuta sensibilmente (+24%) e più di quella provinciale (+21%) e di quella nazionale (+11%).

Di contro, secondo i dati Infocamere aggiornati al IV trimestre 2003, a livello provinciale le imprese iscritte sono solo per il 10,9% imprese di capitali,

l'89,1% sono imprese individuali o di persone. Le imprese attive rappresentano mediamente solo l'84,8% del totale delle imprese iscritte (media tra il 48,9% di imprese da capitale attive rispetto al totale delle imprese iscritte e il 98,1% delle imprese individuali).

E proprio la non consapevolezza di una siffatta situazione di scenario da parte degli amministratori locali e la mancanza di coordinamento zonale l'evidente debolezza di questa area che deve fare i conti con una costante incapacità di aggregazione.

In sostanza, le amministrazioni locali, aggravate dall'impellente e costante bisogno di quadrare la cassa, hanno come primo interesse la soluzione di problemi di breve periodo (come l'incasso delle imposte, ICI su tutte), e sono capaci di perseguire solo politiche perdenti (aumento delle concessioni edilizie per favorire la classe dominante ed incrementare il volume dell'entrate correnti), esternalizzando così, di fatto, ad enti terzi la propria politica di sviluppo.

Enti che, per la conformazione del proprio azionariato (consulenti, aziende private, interessi personali) non avendo alcun interesse ai progetti di lungo termine necessari per uno sviluppo mirato del territorio, privilegiano l'avvio di investimenti di breve o brevissimo termine che rispondono al solo requisito di un aumento dell'occupazione del giorno dopo. Occupazione che spesso è addirittura in nero.

Le possibili proposte metodologiche

Il ruolo della “politica” per una definizione consapevole del mercato turistico

Lo sviluppo dell’impresa turistica sul territorio può essere valorizzato solo attraverso un progetto “*politico*” consapevole e forte. Un progetto zonale che abbia una visione appunto *politica*. Che valuti gli effetti che potrà avere sulle prossime generazioni. Che sia consapevole e capace di individuare i bisogni. Che sia capace di coinvolgere i membri della comunità (cittadini, imprenditori, turisti, pubblica amministrazione). Che sia capace di incidere sui comportamenti attuali degli imprenditori turistici e delle amministrazioni attraverso la formazione e la riqualificazione.

Le risultanze del Rapporto di Area sviluppato dal Dipartimento di Economia e Statistica dell’Università della Calabria per conto del Foromez, che qui in gran parte riportiamo, si fondano sulla possibilità di un superamento dei punti di debolezza e su una nuova capacità di controllo dei punti di forza fin qui elencati. E quindi sulla trasformazione dei singoli elementi del patrimonio naturalistico, ambientale, storico, artistico, culturale, eno-gastronomico e artigianale territoriale, sia costiero che collinare e montano, in modo che tutte queste componenti possano operare in un Sistema di Offerta Turistica omogeneo che vede, per ambedue le zone individuate, il Parco Nazionale del

Pollino quale elemento accomunante dedicato alle elite naturalistiche dei due diversi mercati serviti.

L'obiettivo è quello di valorizzare e colmare il gap territoriale realizzando un circolo virtuoso di sviluppo socio-economico, eco compatibile e sostenibile (in senso orizzontale fra i comuni interni e in senso circolare fra i comuni delle due zone facenti parte dell'area del Piano Integrato Territoriale) che si sposi con l'esigenza delle aree costiere di realizzare una crescita controllata delle presenze turistiche con la necessità di qualificazione dell'offerta, per ottenere la massimizzazione degli effetti economici indotti.

In questi ultimi anni, in quest'area si è registrato un sensibile incremento delle presenze turistiche nel periodo di maggiore affluenza, con livelli di saturazione oramai insopportabili e con il conseguente collasso delle strutture amministrative, ma non certamente un eguale incremento del fatturato complessivo del settore.

Lo sviluppo dell'area non è, necessariamente, nella ricerca di un mercato aggiuntivo ma nella sostituzione/ mantenimento di un mercato esistente, tramite la riqualificazione dell'offerta turistica.

Per fare questo sarà necessario in primo luogo qualificare l'offerta di prodotti turistici che, attualmente, è avulsa dalle esigenze dei diversi segmenti di domanda; in secondo luogo sarà necessario spostare l'intervento pubblico verso progetti e azioni strategiche e che non siano strettamente connesse a specifici bisogni di politica locale; in terzo luogo sarà necessario consolidare l'elevata numero di imprese di piccole dimensioni che opera sul territorio e che è fonte delle evidenti difficoltà di successo di vari e ripetuti tentativi di aggregazione spesi al fine di rapportarsi meglio con le esigenze della domanda, sia essa individuale che aggregata.

Azioni che non si esauriscono certamente con la messa in campo di investimenti in opere faraoniche, in molti casi senza mercato e senza utilizzo e che inevitabilmente si trasformano in desolanti cattedrali nel deserto, spesso

finanziate con soldi dello Stato e gestiti da maneggioni il cui unico interesse è la provvigione da portare a casa.

L'aumento del livello del target d'offerta delle località costiere deve contribuire sia ad una minore devastazione del territorio e ad una maggiore salvaguardia delle risorse naturali e ambientali, sia ad un ritorno del turismo da "seconda casa". Queste due azioni congiunte potrebbero portare ad un aumento della disponibilità di spesa, sia di mantenimento che di gestione e manutenzione, e di conseguenza ad un miglioramento del target della tipologia di turismo presente.

L'ingresso, poi, delle aree interne nell'offerta turistica complessiva oltre a portare un aumento dell'utilizzo delle risorse disponibili (valorizzazione dei beni ambientali montani, agriturismo, turismo eno-gastronomico, turismo all'area aperta, turismo dei centri minori) consente l'avvio di un processo di sviluppo endogeno che interrompe il fenomeno di spopolamento e di abbandono dei relativi contesti territoriali. Questo incide su tutti i comparti dell'economia locale (artigianato, agricoltura servizi), che sono i veri attrattori della richiesta turistica, producendo un aumento generalizzato dei redditi dell'area, del livello della qualità della vita e dell'accesso al mercato del lavoro.

L'obiettivo della conversione dei punti di debolezza in altrettante forze competitive è raggiungibile purché vi sia consapevolezza che tale competitività non può essere raggiunta mediante il puro e semplice potenziamento dell'attuale offerta turistica e con la scarsa qualificazione degli operatori turistici presenti oggi sul territorio, né tanto meno esclusivamente attraverso la rendita derivante dal vasto giacimento di risorse turistiche presenti sul territorio.

La soluzione risiede nella riorganizzazione del potenziale attrattivo dell'area in una logica in cui risorse, territorio e strutture dell'offerta vengono integrati in un sistema caratterizzato in modo univoco ma anche nel generare vantaggi per gli operatori in termini di economie di scala, di specializzazione, di qualificazione, di apprendimento, nonché nel differenziare il proprio prodotto rispetto alla concorrenza.

Le opportunità per lo sviluppo dell'offerta turistica sono legate sicuramente alla segmentazione dell'offerta organizzata in sistema e rivolta sia ad un aumento del livello dell'attuale target del turismo balneare (turismo di massa nazionale e regionale di prossimità) verso segmenti medio-alti del mercato che, pur con minori presenze, potrebbero assicurare rilevanti effetti economici moltiplicativi, sia verso il mercato estero il cui flusso è più uniforme nell'arco dell'anno.

Allo stesso tempo una adeguata caratterizzazione dell'offerta turistica permetterà di cogliere le opportunità di domanda che risiedono nelle nicchie del turismo culturale e naturalistico e negli ulteriori turismi sostenibili individuati dal menzionato documento regionale.

Questo si può ottenere attraverso la formazione di Consulte Zonali, costituite per target di mercato, capaci di integrare e sinergizzare le proprie azioni nei riguardi di:

- Progetti/programmi di incentivazione alla formazione/mantenimento di nuove imprese artigiane che siano capaci di mantenere/esaltare le tradizioni locali (vedi l'analoga iniziativa della provincia di Milano);
- Programmi di formazione imprenditoriale (gestione d'impresa, inglese, internet) dedicati agli attuali imprenditori turistici, al personale delle strutture pubbliche e agli amministratori locali;
- Valutazione e approvazione degli investimenti pubblici e privati locali;
- Definizione di regole e specifiche comuni nei riguardi della manutenzione, conservazione e sviluppo del territorio.
- Gestione, controllo e repressione degli abusi.

L'obiettivo generale dovrebbe riguardare la creazione delle condizioni per lo sviluppo dell'area mediante l'uso razionale e l'incremento della fruibilità delle risorse naturali, delle risorse culturali e del patrimonio artistico presenti nel

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

territorio, promuovendo la qualificazione degli imprenditori turistici, la nascita di nuove iniziative imprenditoriali, irrobustendo e finalizzando una politica che intraveda lo sviluppo del territorio nello sviluppo dell'impresa turistica, orientando le filiere produttive esistenti (agricoltura e artigianato) verso questo target, assicurando la sostenibilità ambientale dello sviluppo del sistema locale e rispettando nel medio e lungo periodo la capacità di carico dell'ambiente, perseguendo l'integrazione informativa e amministrativa delle P.A. dell'area, riqualificando i contesti urbani al fine di eliminare le marginalità sociali, migliorando le condizioni di contesto nei trasporti, nelle comunicazioni, nella sicurezza e nell'accesso al mercato del lavoro.

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

Dati ISTAT



Tavola 1 - Abitanti ed abitazioni per settore comune - Censimento 2001 (Valori assoluti) - Area Alto Tirreno Cosentino (CS)

posizione in classifica su 7500 località con < 15.000		Popolazione residente M	Popolazione residente F	Popolazione residente MF	km2	Densità residenti x Km2	Numero Famiglie	Famiglie Componenti	Componenti per famiglia	Componenti delle convivenze	Abitazioni Occupate da residenti	Altre abitazioni	Totale Abitazioni	Altri tipi di alloggio	totale abitazioni / abitazioni residenti	popolazione equivalente	popolazione equiv. x km2	
	alto tirreno cosentino																	
18	San Nicola Arcella	693	682	1.375	11	120	478	1.373	2,9	2	476	4.067	4.543	-	9,5	13.175	1.150	
421	Tortora	2.848	2.960	5.808	58	100	2.030	5.807	2,9	1	1.999	4.120	6.119	2	3,1	17.745	307	
542	Praia a Mare	2.985	3.292	6.277	23	274	2.269	6.261	2,8	16	2.260	3.892	6.152	-	2,7	17.841	779	
2.275	Aieta	448	444	892	48	19	326	892	2,7	-	326	176	502	-	1,5	1.456	30	
totale area G.P.		6.974	7.378	14.352	140	102	5.103	14.333	2,8	19	5.061	12.255	17.316	2	3,4	50.216	358	
96	Scalea	5.013	5.027	10.040	22	456	3.576	10.003	2,8	37	3.569	17.375	20.944	-	5,9	60.738	2.757	
120	Santa Maria del Cedro	2.362	2.466	4.828	19	258	1.633	4.817	3,0	11	1.629	7.017	8.646	1	5,3	25.073	1.341	
280	Diamante	2.474	2.610	5.084	12	431	1.856	5.072	2,7	12	1.852	4.723	6.575	-	3,6	19.068	1.617	
767	Grisolia	1.166	1.226	2.392	51	47	960	2.389,0	2	3	958	1.261	2.219	-	2,3	6.175	122	
area marina R.C.		11.015	11.329	22.344	103	217	8.025	22.281	2,8	63	8.008	30.376	38.384	1	4,8	111.054	1.077	
totale comuni marini		17.989	18.707	36.696	243	319	13.128	36.614	2,8	82	13.069	42.631	55.700	3	4,3	161.270	663	
1.955	Maratea	2.578	2.758	5.336	67	79	1.927	5.305	2,8	31	1.920	1.180	3.100	-	1,6	8.990	134	
813	Belvedere Marittimo	4.222	4.594	8.816	37	237	3.180	8.807	2,8	9	3.179	4.015	7.194	1	2,3	20.863	561	
1.902	Cetraro	5.248	5.217	10.465	66	159	3.630	10.450	2,9	15	3.615	2.286	5.901	-	1,6	17.113	260	
	Papisidero	517	502	1.019	54	18,7	404	1.019	2,52	0	404	34	438	0	1,08	1.121	21	
	Verbicaro	1.699	1.815	3.514	33	107,8	1.345	3.507	2,61	7	1.345	389	1.734	0	1,29	4.681	144	
	Buonvicino	1.251	1.287	2.538	30	83,6	994	2.535	2,55	3	754	200	954	1	1,27	3.138	103	
	Maierà	658	667	1.325	18	74,4	534	1.325	2,48	0	534	452	986	0	1,85	2.681	151	
	Santa Domenica Talao	653	655	1.308	36	36,5	473	1.308	2,77	0	473	139	612	0	1,29	1.725	48	
	Orsomarso	745	760	1.505	90	16,7	569	1.498	2,63	7	562	530	1.092	0	1,94	3.095	34	
totale collina R.C.		5.523	5.686	11.209	261	42,9	4.319	11.192	2,6	17	4.072	1.744	5.816	1		16.441	63	
totale area 2001		23.512	24.393	47.905	504	95,0	17.447	47.806	2,7	99	17.141	44.375	61.516	4	3,59	177.711	352	

**Tavola 2 - Unità locali e addetti per settore di attività economica - Censimento 2001 (Valori assoluti) - Area Alto Tirreno Cosentino (CS)
Comuni Costieri**

	INDUSTRIA		COSTRUZIONI		COMMERCIO		SERVIZI		TOTALE	
	numero	addetti	numero	addetti	numero	addetti	numero	addetti	numero	addetti
Aieta	3	4	9	22	13	19	10	8	35	53
Praia a Mare	55	499	58	151	201	309	224	446	538	1.405
San Nicola Arcella	10	8	17	58	31	5	71	54	129	125
Tortora	28	103	54	141	125	194	139	211	346	649
	96	614	138	372	370	527	444	719	1.048	2.232
Scalea	81	286	111	255	310	557	320	574	822	1.672
Santa Maria del Cedro	45	112	46	82	139	217	127	201	357	612
Grisolia	13	22	30	86	70	117	38	72	151	297
Diamante	38	104	38	144	160	269	231	374	467	891
	177	524	225	567	679	1.160	716	1.221	1.797	3.472
provincia	4.414	17.486	4.536	14.475	15.352	27.282	11.565	34.842	35.867	94.085
italia	600.563	5.058.080	529.757	1.528.629	1.341.887	3.154.468	1.685.767	5.441.408	4.157.974	15.182.585

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

Contributi



Le “Seconde Case”, una Risorsa disponibile *(Luigi De Luca*)*

Analisi

La presente relazione si basa sull'analisi dei dati forniti dal 14° Censimento generale della popolazione e delle abitazioni 2001 e prende in esame cinque paesi, tutti facenti parte del territorio che geo-politicamente viene identificato e denominato “alto Tirreno cosentino”: San Nicola Arcella, Scalea, Tortora, Praia a Mare ed Aieta. Questi cinque Comuni possiedono una connotazione peculiare rispetto alle altre Comunità locali che ricadono nell'alto Tirreno cosentino, che consiste nell'affacciarsi immediatamente sul Golfo di Policastro, le cui punte estreme sono Capo Palinuro e Capo San Nicola (promontorio tra San Nicola Arcella e Scalea) ed essere confinanti con la Regione Basilicata. Questo territorio costituisce in termini sociali e culturali un vero e proprio distretto che, anche storicamente, ha seguito sorti diverse rispetto non solo alla Calabria, ma anche agli altri paesi vicini che si trovano al di là del fiume Lao.

	Popolazione residente			Superficie territoriale	Densità residenti	Famiglie	Componenti famiglie
	M	F	M+F	Kmq	x kmq	numero	numero
Aieta	448	444	892	48	19	326	892
Praia a M.	2.985	3.292	6.277	23	273	2.269	6.261
Tortora	2.848	2.960	5.808	58	100	2.030	5.807
S. Nicola A.	693	682	1.375	11	125	478	1.373
Scalea	5.013	5.027	10.040	22	456	3.576	10.003
Totale area	11.987	12.405	24.392	162	150	8.679	24.336

dati ISTAT 2001

Tabella 6 - Popolazione

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

La tabella mostra la situazione della popolazione dell'area di riferimento secondo l'ultimo censimento.

E' ormai pacifico che uno sviluppo duraturo può avvenire solo valorizzando e mantenendo al meglio il territorio, lavorando quindi nella direzione della salvaguardia e dello sviluppo sostenibile.

Senza dubbio di possibili smentite, si può affermare che l'unica opzione possibile di sviluppo su cui la nostra zona può e deve puntare è il turismo, bisogna anche definire verso quale tipo di turismo orientare tale sviluppo.

Questa analisi è legata, quindi, all'obiettivo strategico relativo alla possibilità di avviare un processo di razionalizzazione, e conseguente riorganizzazione, nell'uso delle risorse disponibili tra le quali "le seconde case", frutto di forti investimenti nel settore dell'edilizia, considerato negli anni scorsi come strumento privilegiato per lo sviluppo turistico del nostro territorio.

I dati della tabella (2) dimostrano in maniera lampante che il territorio di riferimento si caratterizza per l'eccessiva presenza di abitazioni.

	<i>Nuclei familiari</i>	<i>Totale abitazioni</i>	<i>Abitazioni occupate da residenti</i>	<i>Altre abitazioni</i>	<i>Totale abitazioni / abitazioni residenti</i>	<i>Popolazione equivalente</i>
Aieta	326	502	326	176	1,5	1.456
Praia a Mare	2.269	6.152	2.260	3.892	2,7	17.841
Tortora	2.030	6.119	1.999	4.120	3,1	17.745
S. Nicola Arcella	478	4.543	476	4.067	9,5	13.175
Scalea	3.576	20.944	3.569	17.375	5,9	60.738
<i>dati ISTAT 2001</i>						

Dal rapporto fra il totale delle abitazioni e le abitazioni occupate dai residenti (che pressappoco equivalgono ai nuclei familiari dei residenti) si ricava un indice che offre l'idea delle case che vi sono a disposizione per ogni residente.

Caso limite è quello di San Nicola Arcella dove vi sono 9,5 abitazioni a disposizione per ogni residente: la piccola cittadina supera anche Scalea (5,9), mentre Praia a Mare e Tortora (rispettivamente con il 2,7 ed il 3,1) si collocano a metà classifica.

Va comunque considerato che Tortora possiede il più vasto territorio fra quelli considerati nella nostra analisi (58 kmq) mentre la cittadina di Praia a Mare ha un'estensione territoriale di 23 kmq, leggermente superiore a quella di Scalea (22 Kmq).

Da ciò si evince che la situazione delle seconde case risulta tollerabile per la cittadina di Praia a Mare così come per il Comune di Aieta, fanalino di coda nella classifica (1.5).

La situazione di forte squilibrio determinatosi nel territorio di San Nicola Arcella ha posto la cittadina al 28° posto della graduatoria nazionale, fatta su 7.500 comuni con popolazione inferiore ai 15.000 abitanti, come rapporto fra totale delle abitazioni presenti ed abitazioni dei residenti.

Fra i paesi considerati, segue Scalea che si colloca al 96° posto, Tortora al 421° posto, poi Praia a Mare al 542° ed infine Aieta al 2.275° posto.

Come è possibile immaginare, il fenomeno delle seconde case, pur territorialmente esteso, è presente e si concentra, per ovvie ragioni, in determinate aree del territorio regionale caratterizzate dalla presenza di risorse appetibili per il tradizionale soggiorno di fine settimana o di brevi periodi nell'arco dell'anno.

A dimostrazione di quanto sopra, la tabella che segue riporta i dati di altri centri turistici del medio ed alto Tirreno, nonché i dati riferiti alla vicina cittadina di Maratea.

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

Santa Maria del Cedro si colloca al 120° posto nella classifica fra totale delle abitazioni e abitazioni dei residenti sul territorio comunale, con un indice di 5,3.

Comuni	<i>Nuclei familiari</i>	<i>Totale abitazioni</i>	<i>Abitazioni occupate da residenti</i>	<i>Altre abitazioni</i>	<i>Totale abitazioni / abitazioni residenti</i>
S.ta Maria del C.	1.633	8.646	1.629	7.017	5,3
Diamante	1.856	6.575	1.852	4.723	3,6
Belvedere M.mo	3.180	7.194	3.179	4.015	2,3
Cetraro	3.630	5.901	3.615	2.286	1,6
Maratea	1.927	3.100	1.920	1.180	1,6
<i>Tab. 3 – Istat 2001</i>					

Diamante si colloca al 280° posto, Belvedere Marittimo all'813°, Cetraro al 1.902° mentre la lucana Maratea al 1.955° posto.

L'analisi del contesto socio-economico offerta dal PIT1 Alto Tirreno Cosentino, conferma quanto rilevato con la presente relazione: “Il patrimonio abitativo del PIT 1 – si legge nella scheda - vede la presenza (Censimento ISTAT 2001) di 61.516 abitazioni di cui solo 17.141 (pari al 27,8%) risultano occupate da famiglie e le rimanenti 44.375 (pari al 72,2%) risultano non occupate e considerate come altre abitazioni con un rapporto quasi invariato rispetto ai dati del Censimento ISTAT 1991(27% residenti e 73% non occupate)”.

Nella stessa scheda si confrontano anche i dati a livello provinciale e regionale: “sempre secondo i primi dati del Censimento ISTAT per il 2001 nella Provincia di Cosenza su un totale di 418.755 abitazioni, 254.463 (60,7%) risultano occupate da residenti e 164.292 (39,3%) sono altre abitazioni; nella

Regione su un totale di 1.077.764 abitazioni, 694.284 (64,4%) risultano occupate da residenti e 383.480 (35,6%) sono altre abitazioni.

Il fenomeno è spiegabile con un'elevata presenza delle doppie case per le vacanze nei comuni litoranei che alimentano un imponente flusso di turismo sommerso non rilevabile mediante le statistiche sulla ricettività alberghiera”.

Proposta

Il fenomeno delle seconde case, nei suoi aspetti macroscopici, è noto per gli effetti negativi prodotti a causa di una pianificazione degli interventi lasciata prevalentemente alle sollecitazioni ed alle esigenze del mercato immobiliare: si tratta quindi di trasformare anche la quota di eventuale "danno" ambientale e di degrado edilizio presente sul territorio, in risorsa utilizzata in misura più ampia ed in grado di recuperare l'uso di ambiente e di territorio, attraverso l'integrazione tra le diverse politiche di settore.

Partendo da tale considerazione, le seconde case possono essere viste come:

- risorse disponibili per lo sviluppo socio-economico e territoriale;
- condizioni di spreco e/o di sottoutilizzazione del settore occupazionale;
- parte potenziale di un sistema di "alberghi diffusi" o "alberghi virtuali" (rete delle case non utilizzate) presenti sul territorio.

Il potenziale economico/occupazionale offerto dalle seconde case deve ovviamente essere relazionato alla domanda turistica attuale del territorio ed anche a quella potenziale, comunque in coerenza con le infrastrutture ed i servizi che il territorio è in grado di offrire agli ospiti.

Da molti anni si parla, a più vari livelli, del primato che il recupero del parco edilizio esistente potrebbe avere nello sviluppo turistico e sull'indotto con ricadute occupazionale di breve e medio/lungo termine.

Negli ultimi decenni, grazie anche ad una attenta politica in tal senso, sono state poste in essere normative che rendono concrete tali possibilità, ma questi

momenti rivolti a tali interventi restano comunque limitati nel tempo e non rientrano in un progetto più organico mancando spesso la “collaborazione nella concertazione” e la perequazione delle opportunità.

Se l'impulso in tal senso deve provenire dallo Stato e dalle Regioni, gli attori principali di una simile politica di investimenti sono le Amministrazioni locali che non sempre sono pronte a “collaborare nella concertazione” per vari motivi contingenti.

Gli Enti locali dovrebbero porre in essere delle azioni atte a favorire un turismo più qualificato ed intraprendere iniziative concrete volte a proteggere il territorio, migliorando l'offerta turistica, impegnandosi nelle seguenti aree di interesse:

- Valorizzare il territorio;
- Seguire una seria politica degli investimenti;
- Investire nella formazione.

Conclusioni

Partendo da una analisi della situazione che ha evidenziato gli aspetti negativi delle “seconde case”, è possibile recuperare lo svantaggio a favore di una politica di sviluppo che tenga conto delle tre aree di interesse sopra elencate ed in cui le Amministrazioni locali siano protagoniste principali in grado di offrire un spinta proveniente dal basso agli Enti sovracomunali che dovrebbero, a loro volta, elaborare un progetto organico di sostegno attraverso la formula della “collaborazione nella concertazione”.

Per realizzare una concreta crescita economica attraverso il turismo è necessario che chi amministra eserciti un ruolo di stimolo e di impulso nei confronti delle forze economiche, che dia delle indicazioni e che si faccia promotore effettivo di una progettualità alla luce anche delle opportunità che vengono offerte da strumenti “agevolati” di sviluppo locale.

Utile e necessario alla valorizzazione del territorio sarà una politica che privilegi la manutenzione dell'esistente rispetto ad una politica di sviluppo e ad una politica occupazionale che continui a puntare sull'edilizia come investimento aggiuntivo.

Infatti, una "politica della manutenzione" permetterà di offrire lavoro agli operai, agli artigiani ed alle imprese presenti sul territorio, nonché creare nuovi tipi di imprese con conseguenti opportunità di lavoro non temporaneo, come nel caso della costruzione di nuove case, bensì stabile e duratura.

L'operaio, l'artigiano, le imprese avranno la possibilità di lavorare costantemente al recupero del parco edilizio esistente attraverso la manutenzione, permettendo ciò anche una loro specializzazione in alcuni settori particolari.

La vera sfida, il vero investimento, sarà quindi quello di creare le condizioni affinché tale tipo di politica di sviluppo economico possa concretizzarsi, non prescindendo dalla considerazione che ciò sarà possibile solo puntando su un turismo qualificato che per sua natura è un tipo di turismo con il quale si può creare valore.

Il turismo qualificato è l'unico capace di aumentare i giorni medi di presenza sul territorio, potendo gli operatori economici lavorare su categorie di persone che hanno possibilità di utilizzare al meglio e per periodi più lunghi la loro proprietà (le seconde case), o le strutture ricettive ed alberghiere.

Le Amministrazioni locali avrebbero, inoltre, un ulteriore ritorno economico dovuto ai minori costi che la propria comunità sopporta con un turismo di massa, un turismo che non spende, che provoca l'intasamento dei servizi, che tende sempre più a ridurre il suo tempo medio di vacanze, che allontana il turista qualificato, che toglie lavoro agli artigiani ed agli operai.

Una politica che ha fatto calare a livelli infimi il valore delle abitazioni, erodendo in tal modo anche le entrate comunali.

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

L'ipostazione di tale modello è lungimirante e vincente, ma bisognerà anche rivedere ed ampliare lo standard qualitativo dei servizi offerti, migliorando la qualità della vita non solo del turista.

* Professionista, esperto delle politiche del turismo

Il “Servizio” al Turista del Terzo Millennio *(Prof. Conte)*

Lo sviluppo economico e le trasformazioni sociali verificatesi in questi ultimi decenni, hanno visto crescere, in termini di “qualità” dei consumi oltre che di quantità, la domanda di ristorazione, intesa in tutte le sue espressioni: bar, alberghi, ristoranti, comunità.

Il fenomeno, collegato ad esigenze di lavoro, a nuovi stili di vita, ad una cultura gastronomica più sviluppata, oltre che ad un più consistente e diffuso benessere economico, pone problematiche nuove alle aziende che operano nel settore.

Queste ultime, infatti, per essere sempre più in grado di interpretare le mutevoli esigenze di una domanda ormai evoluta, attenta al rapporto qualità/prezzo, sensibile ai principi di una sana e corretta alimentazione, si vedono impegnate in un processo di profondo rinnovamento che, unitamente all'utilizzo di nuove tecnologie nei processi produttivi, alle standardizzazioni di procedure, postula l'adozione di criteri e metodi di gestione, molto innovativi, propri del “terziario avanzato”.

Tali trasformazioni, oltre a consentire al comparto considerato un forte recupero di competitività nei confronti di una concorrenza europea particolarmente agguerrita, creano le premesse possibili unioni in rete delle aziende interessate, attraverso la formula del “franchising”, rilevatesi già particolarmente efficace in altri settori.

Per gli operatori diventa pertanto crescente e strategicamente sempre più rilevante, non solo la dimensione tecnologica ed economica dell'impresa quanto e soprattutto che:

il territorio sia amministrato per favorire lo sviluppo turistico.

Non c'è alcun dubbio che:

L'arredo urbano, i parcheggi, i marciapiedi, le strisce pedonali, viabilità, la pulizia, l'ordine inteso come regole civiche, la spiaggia, il mare, la montagna, l'ambiente, musei, biblioteche, beni culturali, folklore, tradizioni, segnaletica, trasporti, infrastrutture, informazioni ecc. fanno parte dell'offerta turistica.

La cultura del servizio

Per migliorare i guadagni, gli obiettivi primari che si pone un'azienda alberghiera o ristorante è di aumentare il giro d'affari e di fidelizzare la clientela. Per aumentare il giro d'affari bisogna farsi conoscere, prendere contatto con nuovi clienti e orientare maggiormente i propri servizi alle richieste del mercato; gli strumenti più idonei sono la pubblicità e il marketing.

Per conservare la clientela bisogna soddisfarla, fornirle un plus di valori tangibili, crearsi immagine. Tra i due conservare la clientela è l'obiettivo più importante, statisticamente meno del 10% dei clienti insoddisfatti di un dato servizio reclama. Il 92% circa degli scontenti non si lamentano e spesso non dichiara la propria insoddisfazione, neppure nella scheda di giudizio predisposte dalla direzione, non torna più nello stesso locale se non per necessità.

Queste persone facilmente spargono la voce ad altri conoscenti, e perdere un cliente può significare perderne 10, che se si fossero trovati bene, sarebbero tornati ancora, magari con nuovi amici. Ecco perché soddisfare il cliente è di prima importanza. Occorre fornire qualcosa di più rispetto a quello che la persona si aspetta e tendere ad eliminare i difetti dell'offerta. Gli strumenti a disposizione del ristorante sono due:

Il prodotto ed il servizio

Fino a qualche anno fa il prodotto era l'aspetto dominante: un locale d'élite, un cibo eccellente, un arredamento di lusso per la maggior parte dei clienti erano i

sogni che si potevano realizzare solo andando al ristorante. Oggi molte persone trovano tutto questo già nell'ambiente di lavoro. Invece, ciò che spesso manca nella vita quotidiana è il rapporto umano, il sentirsi considerati.

Nella società che tende a massificare l'individuo si riscoprono il contatto, l'accoglienza, la personalizzazione. Da qui l'importanza di costruire una cultura del servizio, intesa come preoccupazione costante di tutto il **territorio** a soddisfare ed anticipare i desideri del **turista**: ogni contatto che il turista ha con qualsiasi **pubblico impiegato, cittadino, commerciante**, deve suscitare impressioni corrette.

Per impostare un simile "credo" **territoriale** occorre che tutti: provincia, parco pollino, comuni, commercianti artigiani, pubblici esercizi, a.s.l. ecc.

Dobbiamo rimboccarci le maniche e chiedere ad ogni persona il massimo impegno per raggiungere l'obiettivo prefissato. Un impiegato demotivato, apatico, stanco, dà un'immagine d'indifferenza, menefreghismo tale da indurre il **turista** ad un ripensamento della sua vacanza. Occorre preparare, motivare a tutti i livelli, le persone che avranno contatto con il turista, dar loro entusiasmo, vitalità, voglia di comunicare le cose corrette e interessanti del territorio utili al turista.

Abilità nel gestire i reclami. C'è un fatto incontrovertibile su questo pianeta: le persone si ricordano molto di più di aver ricevuto un cattivo servizio, piuttosto del luogo senza attrattive.

La faticosa frase "non metterò più piede in questo posto" è pronunciata, nella maggior parte dei casi, quando si riceve un servizio scortese, quando non si ottiene attenzione, in sostanza quando si è trattati male, non per una multa in divieto di sosta.

Le qualità dei servizi

Nel comparto Turistico la qualità si riferisce principalmente al **servizio** e di conseguenza anche a chi compie tale servizio. Per orientare l'organizzazione

del territorio alla cultura del servizio non sono perciò necessari grandi cambiamenti strutturali o grossi investimenti finanziari.

Si tratta sostanzialmente di cambiare atteggiamento comprendere l'importanza di questa filosofia, assimilare i nuovi valori, sentirsi tutti corresponsabili dell'andamento dell'economia Turistica.

Bisogna immaginare ciò che si può fare di nuovo e di meglio per soddisfare le esigenze del cliente **“turista di tutti”**.

Capire quali siano le attese del turista e riuscire poi a soddisfarle ampiamente. In termini d'operatività per il territorio ciò significa rimettersi costantemente in discussione, qualificarsi, specializzarsi, continuare la formazione per raggiungere un'organizzazione e un coordinamento adeguato alle esigenze che vanno via, via modificandosi.

Non è vero, come qualcuno superficialmente sostiene, che una vivanda comunque sia servita rimane sempre tale: sarebbe come affermare che non vi è differenza tra ascoltare un concerto dal vivo o ascoltare la stessa musica in CD.

Il cliente che entra può aver voglia di parlare o non voler essere disturbato, vuole essere vezzeggiato, coccolato o trattato con la massima deferenza, vuole divertirsi o vuole riflettere. Le attese, i desideri, cambiano di volta in volta, secondo le situazioni; e per questo il servizio va personalizzato.

Le esigenze e la concezione di qualità sono soggettive e dipendono da numerosi fattori, il comune potrà stupire il turista con un dettaglio anche banale ma che dimostra l'attenzione che gli è riservata. P.e. un premio di soggiorno. Una targa ricordo – ecc.

La convivialità

Convivialità significa stile del servizio e le interazioni umane che si stabiliscono tra **comunità locale e turista**. Visto che a nessuno piace essere trattato rudemente, in modo scortese o, ancor peggio, con indifferenza, e che i turisti

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

per ritornare da te pretendono di essere accolti con amore, nella maggior parte dei casi il segreto è: l'attenzione al turista.

Il servizio migliora quando

- **tutti rispettano il turista anche i non addetti;**
- **tutti anticipano i turisti, e immaginano le loro attese.**
- **tutti cercano di capirne i bisogni e i desideri dei turisti.**

grazie.

**MHMGC Presidente Federazione InterProfessionale del Turismo*

Una Politica dell'Accoglienza per lo Sviluppo Turistico del Golfo di Policastro *(Paolo Branchicella*)*

Signori intervenuti, desideriamo esprimere il ringraziamento della Confesercenti alla presidenza della PRO LOCO di Praia a Mare ed agli amici dell'Associazione "AMICI DI SAN NICOLA ARCELLA" per aver accolto l'invito ed organizzato questo primo convegno sulle problematiche del lavoro delle imprese del nostro comprensorio.

La vecchia e nuova realtà che il mercato globale offre in termini di domanda e di offerta impone una competizione sempre più sostenuta in ogni settore delle attività economiche. Siamo di fronte all'antico dilemma di "adeguarsi o perire" e, la nostra zona è veramente fuori tempo massimo ne possiamo permetterci di perdere altro tempo, pena la perdita di ogni contatto con il grande mercato europeo.

Siamo d'accordo quando si dice che abbiamo un bacino nel nord Europa di 450.000 consumatori e di questi 250.000 sono pensionati, ma per invogliarli a passare qualche mese nel GOLFO di POLICASTRO, dobbiamo rendere il nostro ambiente allettante e confortevole.

Il sistema produttivo calabrese purtroppo, per un errore del destino (la Calabria comincia da Tortora), appare di per se estremamente fragile, con un sistema diffusissimo di micro imprese su un territorio di per se disagiato, scarsamente popolato e malissimo infrastrutturato.

La nostra terra è tradizionalmente esportatrice di risorse economiche ed umane, solo il 6% della raccolta degli istituti di credito vi trova impiego, esporta un gran numero di manodopera, di energia e di materie prime secondo il triste trend del terzo mondo;

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

- 500.000 laureati all'anno trovano occupazione fuori dalla nostra terra,
- negli anni 2001-2002, 40.000 calabresi hanno costituito imprese fuori regione,
- nello stesso periodo 89.000 hanno cambiato residenza emigrando e di questi 8.000 fuori nazione.

Si tratta di statistiche note perché dibattute sulla grande stampa nazionale e dimostrano, se ce ne fosse bisogno, quanto si è fuori dalla realtà del mercato e quanto si opera con un diletterantismo che rasenta l'incoscienza. La fuga degli imprenditori, da Marzotto alla Legher al Nuoco Pignone, con la fine industriale di Praia a Mare, Vibo, Crotone avrebbe dovuto suggerire una nuova riflessione ed un impegno più forte e diverso alla nostra classe politica.

Osservando i dati, il volume dell'offerta europea ed il mancato utilizzo, si ha l'impressione che manchi alla società calabrese a tutti i livelli, l'ordine delle idee con cui la regione debba svilupparsi. Potenza e Matera sono uscite dall'obbiettivo n°1 e noi ci resteremo fino al 2015 e, Caro Dott. Cosentino, comunque la si vuole girare, non sarà mai una buona notizia rimanere tra i più miseri del continente.

L'abitudine alle sovvenzioni clientelari, al contributo su iniziative di pura fantasia, elargite a pioggia per tanti anni, ha prodotto una serie infinita di opere morte, palestre abbandonate, piscine piene di erbe, capannoni vuoti, alberghi in disuso, lavori incominciati e mai finiti hanno fiaccato lo spirito di intrapresa della nostra comunità e ne hanno decretato il disinteresse degli investitori.

Si legge di grosse iniziative turistiche da parte di grandi gruppi privati in Sicilia, Sardegna, Puglia, Campania, Basilicata ma mai in Calabria, la rigidità del mercato del lavoro, l'esosità dei contributi e delle tasse, la lentezza dei servizi e delle comunicazioni insieme alle soggezioni che endemicamente crea il nostro ambiente rendono la vita delle imprese pressoché impossibile.

È male antico questo della Calabria incompiuta, si pensi all'opera Sila che, dispone di alberghi, zuccherifici, salumifici, negozi, negozi nel centro di Roma,

un ufficio a Milano per il turismo tutti in disuso. Non è un problema di governo Nazionale siamo noi inservibili.

Si ritiene necessaria una nuova cultura dello sviluppo da parte dell'intervento pubblico che da elemento di ritardo ed ostacolo esso stesso compartecipe con la sua politica supporto di indirizzo logistico nella scala del sistema delle imprese meno stato e più mercato se si vogliono utilizzare le facilitazioni europee secondo il modello spagnolo e far nascere quella serie infinita di servizi finalizzati all'accoglienza che il mercato dell'Europa dei 500 milioni di consumatori richiede.

Uno studio della CNA di Mestre ha rilevato che l'apparato dei servizi pubblici contribuisce per il 55% sul totale nella formazione del Prodotto Turistico per cui la sua efficienza risulta fondamentale per la qualità del servizio; migliorare il prodotto "TURISMO" significa ammodernare imprese ed apparato pubblico, sempre più saremo invasi da turisti provenienti da 25 stati diversi che parlano 25 diversi idiomi e non possiamo permetterci commesse, impiegati agli sportelli, di banche, ospedali, di polizia che non abbiano la conoscenza della seconda lingua, almeno l'inglese.

Se non si avrà la capacità di impegnarsi in maniera specialistica nella tre grandi direttrici dello sviluppo moderno quella agricola, quella manifatturiera e dei servizi, difficilmente la nostra area, sfrutterà l'occasione unica dopo due secoli, dell'apertura dei mercati mondiali.

Il Golfo di Policastro, secondo la programmazione del governo sarà il primo sbocco a mare del famoso CORRIDOIO N°1 che intersecherà la dorsale adriatica a Lagonegro, da Taranto e che da Berlino percorrerà l'Austria ed attraverserà il tunnel del Brennero percorrerà l'intera Penisola ed attraverso il ponte sullo Stretto di Messina raggiungerà Palermo e Trapani ed attraverso le vie del mare il Nord Africa ed il Medio Oriente e se non attrezziamo le nostre contrade con servizi ben organizzati e a costi competitivi difficilmente ne resteremo coinvolti e ne trarremo benefici.

La felice collocazione della nostra area nella riviera calabro-lucana di ponente a ridosso del parco del Pollino e di quello del Cilento, vicinissima ai grandi bacini culturali della Campania e della provincia di Salerno al suo porto meta da qualche anno delle navi crociera e collegato attraverso le vie del mare giornalmente con la Sicilia ed il Nord Africa, ne fa di fatto una zona appetibilissima per i grandi investitori nazionali ed esteri come ai tempi della Cassa del Mezzogiorno quando i comuni di Praia e Maratea erano un via vai di imprenditori, ora arrivano solo e soltanto faccendieri.

Le imprese devono essere messe in grado di produrre a costi sempre più contenuti attraverso consorzi di agricoltori, di artigiani, del commercio del turismo in modo da fare squadra e sistema per poter stare sul mercato in maniera vincente. All'intervento pubblico si chiede di ritirarsi e di assecondare la fantasia e la genialità dell'iniziativa privata (il modello cooperativo è anche iniziativa privata) e di affidargli la gestione degli impianti pubblici in concorrenza tra loro.

La RIVIERA DEI CEDRI dal Castrocuoco al Savuto ha le stesse dimensioni della costiera Romagnola con la differenza che la Romagna è riuscita a piazzarsi seconda al mondo soltanto alla California per intensità di presenze e noi, nonostante le dichiarazioni di ottimi uffici rimaniamo agli ultimi posti, nonostante la qualità delle terme, i santuari, l'amenità del nostro clima e la posizione geografica che ci pone ad 80 miglia dal Golfo di Napoli e delle Eolie.

L'avvento dell'euro ha reso la concorrenza più agguerrita, la sua sopra valutazione come dice il capo del governo ha certamente favorito il turismo in uscita ma ha danneggiato e fa da ostacolo e che ostacolo quello in entrata che è poi quello che esportiamo e che interessa le nostre contrade. Regioni come Dalmazia, Croazia, Albania, Marocco, Tunisia, Mauritania, sono concorrenti temibilissimi per prezzi e strutture che impongono alle nostre aziende la rivisitazione a ribasso dei loro listini guai a perdere i mercati lo scorso anno è stato un anno da dimenticare come la Romagna figuriamoci la Calabria che ha avuto un calo stimato del 30% l'andamento del mercato si valuta sulla totalità degli arrivi nelle strutture del ricettivo e non solo su quelle della VALTUR.

Si tenga presente che con 340 euro è possibile passare una settimana in Tunisia con biglietto pagato di andata e ritorno in albergo tre stelle, da noi bastano per un giorno solo. Il turismo nelle sue molteplici attrattive offre enormi possibilità di investimenti, serve a sostenere e veicolare le nostre produzioni per cui assume di per se valore promozionale e sorprendono i bilanci dei nostri comuni quando nonostante le entrate che gli arrivi producono solo il 4/5% viene destinato alla promozione turistica.

A dimostrazione che non si ha cognizione dello sviluppo. Aniché costruire nuovi villaggi turistici perché non rendiamo turistici i nostri vecchi borghi spopolati sosteneva un vecchio saggio politico ai tempi della cosiddetta speculazione edilizia, oggi pare che la saggezza faccia capolino, ma bisogna per prima rendere i nostri Paesi dell'interno accessibili e comunicanti facilmente tra loro, non possiamo aspettare 40 anni per avere il metano nelle case basterebbe che il 10% delle vecchie e nuove abitazioni fosse abitato durante il periodo morto ed avremmo risolto la situazione!

Non si pretende un approdo ogni 5 km come in Liguria ma almeno uno ogni 30 km sì? Che si aspetta di assegnare ai privati la avio superficie di Scalea e finirla almeno per la prossima stagione estiva?!

A Genova, a Taormina, si progettano isole galleggianti per porti e noi lasciamo inutilizzati i fondi europei perché siamo incapaci di progettare e spendere e ci troviamo con il Parco del Pollino con una mole di 800 miliardi delle vecchie lire di residui passivi. La nostra regione è un cimitero di industrie mai aperte nuovissime da inaugurare come quella saline ionica e vendono tutto ciò come possiamo pensare che investitori straniere possano avventurarsi a fare impresa da noi?

Vorremmo sapere almeno dai contadini nelle elezioni che cosa vorranno fare del loro tempo una volta eletti a Cosenza ed a Strasburgo oltre a battersi per l'aumento del loro stipendio. Non ci piace questa classe politica destra puerile e vecchia sinistra preferiamo quella che realizzava quella programmazione che ci ha lasciato l'università di Rende, il porto di Gioia Tauro, l'aeroporto di Lamezia. Vogliamo una classe politica moderna capace di prevenire lo

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

sviluppo ad una spiaggia come questa che si è esibita, nascondendosi, negli ultimi 10 anni.

* Esponente della Confesercenti di Praia a Mare

Definizione del Mercato Obiettivo e Politiche Zonali *(Anna Maria Da Presbiteris)*

La moderatrice del convegno, intervenendo, ha ricordato come i risultati che emergono dall'analisi dello "Scenario Macro Economico di Area", preparato dall'Ing. Francesco Nunziata, Segretario Generale dell'Associazione Amici di San Nicola Arcella, evidenziano un deludente trend dello sviluppo dell'economia locale nell'ultimo decennio

L'analisi dello Scenario che fonda i propri risultati sui dati emersi dal recente Censimento Generale dell'Industria e della Popolazione recentemente pubblicati dall'ISTAT, è avvalorato dal clima di sfiducia delle imprese del commercio e del turismo che si trovano ad operare in un contesto dove la politica non si fa promotrice dello sviluppo.

Con questo convegno gli operatori turistici locali intendono mettere sul tavolo della discussione le opportunità e i bisogni per il rilancio delle imprese del territorio.

Il convegno ha, infatti, l'intento di sollecitare le forze politiche dell' Alto Tirreno Cosentino a tornare a fare politica del territorio per il territorio. Gli imprenditori si aspettano che questa situazione di stasi possa essere ribaltata attraverso l'adozione di una azione "*politica*" consapevole e forte. e cioè attraverso progetti zonali che basino la propria forza su una visione *politica del futuro*.

Politiche che siano cioè capaci di valutare gli effetti che le azioni programmate potranno avere sulle prossime generazioni., che siano consapevoli e capaci di individuare i bisogni., che siano capaci di coinvolgere i tutti membri della comunità (cittadini, imprenditori, turisti, pubblica amministrazione).

Questo, si può ottenere solo attraverso una chiara identificazione del mercato di riferimento, la perimetrazione *politica* dell'accoppiata zona geografica/mercato di riferimento, la formazione di Consulte Zonali aperte ai

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

rappresentanti della società civile, costituite per target di mercato omogeneo e capaci di integrare e sinergizzare le azioni nei riguardi dei:

- Progetti/programmi di incentivazione alla formazione/mantenimento di nuove imprese artigiane che siano capaci di mantenere/esaltare le tradizioni locali (vedi l'analogia iniziativa della Provincia di Milano);
- Programmi di formazione imprenditoriale (gestione d'impresa, inglese, internet) dedicati agli attuali imprenditori turistici, al personale delle strutture pubbliche e agli amministratori locali;
- Valutazione e approvazione degli investimenti pubblici e privati locali;
- Definizione di regole e specifiche comuni nei riguardi della manutenzione, conservazione e sviluppo del territorio.
- Gestione, controllo e repressione degli abusi.

L'obiettivo generale dovrebbe riguardare la creazione delle condizioni per lo sviluppo dell'area mediante l'uso razionale e l'incremento della fruibilità delle risorse naturali, delle risorse culturali e del patrimonio artistico presenti nel territorio, promovendo la qualificazione degli imprenditori turistici, la nascita di nuove iniziative imprenditoriali, irrobustendo e finalizzando una politica che intraveda lo sviluppo del territorio nello sviluppo dell'impresa turistica, orientando le filiere produttive esistenti (agricoltura e artigianato) verso questo target, assicurando la sostenibilità ambientale dello sviluppo del sistema locale e rispettando nel medio e lungo periodo la capacità di carico dell'ambiente, perseguendo l'integrazione informativa e amministrativa delle P.A. dell'area, riqualificando i contesti urbani al fine di eliminare le marginalità sociali, migliorando le condizioni di contesto nei trasporti, nelle comunicazioni, nella sicurezza e nell'accesso al mercato del lavoro.

Gli operatori turistici con questo convegno intendono mettere sul tavolo della discussione bisogni e proposte e si aspettano, dopo le elezioni, di poter ricevere, in un apposito convegno che sarà organizzato alla fine del mese di settembre, risposte dai propri amministratori.

*Presidente della Pro Loco di Praia

Valorizzazione del Patrimonio Naturalistico dell'Area *(Francesco Di Giorno)*

Un anno fa un gruppo di amici, per la maggior parte Praiesi ed appassionati di subacquea, festeggiava il 10° anno del brevetto di Istruttore di Alessandro Fazzolari, attuale presidente dell'Associazione, ed in quel frangente ci siamo posti tutti una domanda, ma chi ha insegnato noi ad andare sott'acqua? E per la maggior parte di noi, l'avventura subacquea era cominciata con un istruttore non di Praia, d'altra parte se non vi sono mai stati istruttori Praiesi era difficile prendere un brevetto 10 anni fa. Ma poi ci siamo guardati e ci siamo detti che ora a Praia a Mare abbiamo tutto, abbiamo un Istruttore federale, un gruppo affiatato di subacquei, una sede, le attrezzature necessarie, e quindi abbiamo fondato un Associazione denominata Deep Inside, (profondi dentro)

Un associazione che mira alla promozione dello sport subacqueo, ma che mira innanzitutto, alla valorizzazione del patrimonio sottomarino dell'Isola di Dino. Infatti è stata proprio l'Isola di Dino a far innamorare tutti noi e farci avvicinare a questo sport, L'Isola a volte bistrattata o peggio ancora ignorata, presenta fondali e grotte sommerse di importanza nazionale, esiste una flora ed una fauna ittica del tutto unica nel suo genere, la Grotta Gargiulo è stata definita unica in tutto il panorama di grotte sommerse dell'intera Calabria.

Non voglio annoiare con dati tecnici, o biologici sulla vita betonica dei fondali dell'Isola, ma solo mettere in risalto la ricchezza che la natura ci ha dato gratis, e che noi ignoriamo. Ma una cittadina, può avere in piazza il Colosseo e far finta di niente, come se non esistesse, come se fosse un elemento costante dello Sky liner della città?

Si dice buttare le perle ai porci, se non erro, l'Associazione dunque da un anno combatte da sola per promuovere le bellezze dell'isola, con pubblicazioni, mostre ecc.. Politica zonale, vuol dire per noi valorizzare ciò che già c'è, rivalutare il nostro Colosseo, le nostre perle, puntare su ciò che distingue una

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

cittadina come Praia a Mare, da altre che si limitano ad aspettare che i turisti arrivino sulla spiaggia per rinfrescarsi.

- Segretario Deep Inside Diving Center

Per un serio Modello di Sviluppo Turistico Regionale *(Delly Fabiano, abstract)*

Le grosse potenzialità ambientali, culturali, strutturali che contraddistinguono la nostra regione ed una radiografia oggettiva ed attenta della situazione in cui versano le nostre spiagge, le nostre coste, i nostri villaggi ci convincono che i vizi e gli abusi che hanno spesso caratterizzato il nostro territorio, non sono ancora dimenticati e continuano ad impedire un serio sviluppo turistico ed una vera ripresa.

Si avverte ora più che prima, l'esigenza, la necessità di costruire una Calabria diversa, che, rispettando appieno le sue tradizioni, si ponga come modello per lo sviluppo delle regioni della periferia sud-orientale dell'UE.

E' necessario la predisposizione di un piano che definisca bene la valorizzazione del patrimonio culturale ed ambientale della regione e soprattutto la loro flessibilità per consentire anche una maggiore coerenza tra attività produttive e servizi turistici, evitando così la realizzazione di interventi spesso contraddittori.

E' necessario proporre un modello serio di sviluppo turistico che guardi alla Calabria nella sua globalità.

* Direttore della Cattedra di Fisica, Università della Calabria

Altri Interventi

- Il *Vice Presidente dell'Unpli* (Unione Nazionale Pro Loco Italiane) sezione Calabria, **Domenico Bloise**, si è congratulato con il presidente della Pro Loco di Praia a Mare per il grande successo ottenuto dal convegno.
- **Domenico Donadio** *Presidente del Patto Territoriale Alto Tirreno*, dopo aver affermato che la società Alto Tirreno Cosentino (ATICO) ha concluso la propria missione di braccio operativo del Patto Territoriale, e che la società che ne residua si dedicherà allo sviluppo di iniziative locali, ne ha illustrate le più salienti tra le quali i corsi che la Regione Calabria sta istituendo, per la formazione turistica. Tra queste l'impegno per l'attivazione di un numero verde per le lamentele dei turisti e la valorizzazione dei prodotti locali. «Una nota positiva - ha commentato Donadio - è stata la giornata di volo con il parapendio svoltasi qualche settimana fa. Abbiamo avuto come ospiti ben 80 piloti e il piacere di ospitare il campione del mondo di volo Jimmy Paker».

Risultati del Convegno

In discesa il clima di fiducia delle imprese del commercio e del turismo. Sfiducia confermata dai deludenti dati sulla crescita emersi da una recente ricerca realizzata dai promotori del convegno “Alla Ricerca di una Politica Zonale a favore degli Imprenditori Turistici” tenutosi a Praia a Mare nei giorni scorsi, con ampia partecipazione di cittadini, imprenditori ed amministratori.

Fare politica del territorio per il territorio. E’ questa la pressante richiesta che gli imprenditori dell’ Alto Tirreno Cosentino fanno agli amministratori locale. Orientare uno sviluppo integrato, programmato e condiviso verso un obiettivo di crescita ben definito, servendosi dell’aiuto dei poteri forti senza esserne servitori, spesso inconsapevoli.

Gli imprenditori chiedono di riconoscere il comparto turistico come essenziale per lo sviluppo produttivo del territorio e di avviare progetti di valorizzazione, di riqualificazione, di formazione e di investimento orientati al target del mercato turistico “definiti” e coordinati a livello zonale.

Affermando che uno sviluppo armonico può ottenersi solo attraverso la condivisione delle azioni da avviare tra aree contigue turisticamente omogenee, cioè aree che abbiano storia, cultura, tradizioni, conformazione geografica ed orografica comune.

L’Alto Tirreno Cosentino, un’area abitata per il 76,6% nei comuni costieri, un perimetro convenzionale, disegnato dalla Regione Calabria, è in realtà composto da zone turistiche con target di mercato disomogenee tra loro. La prima a nord, è parte integrante, ma non integrata, del Golfo di Policastro. L’altra a sud compresa tra Scalea e Diamante, detta “Riviera dei Cedri” è costituita da una zona costiera ampiamente antropizzata.

Gli imprenditori chiedono agli amministratori locali di non subire passivamente ed indiscriminatamente le sollecitazioni che vengono dal mondo dei procacciatori di affari, un mondo variegato, spesso pieno di occasioni di finanziamento ma occasioni non sempre inquadrabili in un piano organico di sviluppo. Si chiede agli amministratori locali di fare “*politica*”. Di attivare, cioè, politiche consapevoli e condivise che siano capaci di coinvolgere i tutti membri della comunità (cittadini, imprenditori, turisti, pubblica amministrazione) e delle comunità confinanti. Politiche capaci di valutare gli effetti che le azioni, programmate o proposte, potranno avere sulla vita sociale, culturale ed economica delle prossime generazioni.

Le Imprese del commercio e le imprese del turismo le Associazioni locali chiedono, con questo convegno, di avere un futuro! In cima alle richieste l'ordine pubblico, iniziative a sostegno dei negozi e degli artigiani, un progetto di formazione degli addetti, pubblici e privati, ma anche la valorizzazione dei centri storici, la attivazione di strumenti per connettere in un unico sistema turistico le località marine con le colline dell'entroterra, la riqualificazione dell'ingente patrimonio abitativo presente sul territorio.

Il risultato di un meditato processo di pianificazione territoriale può anche non portare necessariamente ed esclusivamente alla parossistica ricerca di mercati aggiuntivi. Esso può essere trovato anche nella sostituzione / manutenzione del mercato esistente, quello stanziale, tramite una profondo ripensamento della politica del territorio capace di riqualificare verso l'alto l'attuale target di mercato e puntando sul miglioramento della qualità dell'offerta turistica.. Il patrimonio abitativo dell'area è costituito da 61.516 abitazioni per 17.447 famiglie residenti con un valore medio unitario del patrimonio abitativo che è dieci volte inferiore a quello di Maratea.

L'aumento della propensione a spostarsi verso le aree con clima temperato, la necessità di uscire dalle città rumorose ed inquinate, la ricerca di verde, di naturalità e di tradizioni, l'allungamento della vita media e la conseguente maggiore disponibilità di tempo libero, la moneta unica, ecc. rappresentano un formidabile mercato per il turismo stanziale. Questa sola azione, ben implementata, permetterebbe di ampliare il periodo di utilizzo del territorio

almeno da aprile a novembre e di mettere in moto un insieme di servizi, non soltanto di tipo turistico, a supporto di questo mercato.

Questo, è stato detto, si può ottenere attraverso la identificazione del mercato di riferimento, la formazione di Consulte Zonali, aperte ai rappresentanti della società civile, costituite per target di mercato omogeneo e capaci di integrare e sinergizzare le azioni nei riguardi dei:

- Progetti/programmi di incentivazione alla formazione/mantenimento di nuove imprese artigiane che siano capaci di mantenere/esaltare le tradizioni locali (vedi l'analogo iniziativa della Provincia di Milano);
- Programmi di formazione imprenditoriale (gestione d'impresa, inglese, internet) dedicati agli attuali imprenditori turistici, al personale delle strutture pubbliche e agli amministratori locali;
- Valutazione e approvazione degli investimenti pubblici e privati locali;
- Definizione di regole e specifiche comuni nei riguardi della manutenzione, conservazione e sviluppo del territorio.
- Gestione, controllo e repressione degli abusi.

L'obiettivo generale dovrebbe riguardare la creazione delle condizioni per lo sviluppo dell'area mediante l'uso razionale e l'incremento della fruibilità delle risorse naturali, delle risorse culturali e del patrimonio artistico presenti nel territorio, promuovendo la qualificazione degli imprenditori turistici, la nascita di nuove iniziative imprenditoriali, irrobustendo e finalizzando una politica che intraveda lo sviluppo del territorio nello sviluppo dell'impresa turistica, orientando le filiere produttive esistenti (agricoltura e artigianato) verso questo target, assicurando la sostenibilità ambientale dello sviluppo del sistema locale e rispettando nel medio e lungo periodo la capacità di carico dell'ambiente, perseguendo l'integrazione informativa e amministrativa delle P.A. dell'area, riqualificando i contesti urbani al fine di eliminare le marginalità sociali, migliorando le condizioni di contesto nei trasporti, nelle comunicazioni, nella sicurezza e nell'accesso al mercato del lavoro.

ALLA RICERCA DI UNA POLITICA ZONALE
A FAVORE DEGLI IMPRENDITORI TURISTICI

Tutto questo nell'ambito di un "progetto quadro" regionale che non punti sul risultato del giorno dopo, risultato dell'offerta di incentivi che produce solo puntuale incrementi delle presenze, ma qualificando le imprese e gli imprenditori perché siano soggetti abili ad entrare in una spirale che porti allo sviluppo vero e li faccia uscire dall'imbuto in cui questa area è stata compressa dalla non politica e dalla quale non si potrà che uscirne con le ossa rotte.

E su questi temi che gli operatori turistici intendono ottenere risposte dai propri amministratori.

Sotto la attenta regia della **dott.sa De Prebiteris** della locale Pro Loco, sono intervenuti il **dott. Luigi De luca** esperto del settore turismo, il **prof. Conte** per la Federazione Interprofessionale del Turismo, il **dott. Paolo Branchicella** per la locale Confesercenti, il presidente dell'ATICO, il presidente della delegazione provinciale dell'Unione Nazionale Pro Loco Italiane, il signor **Francesco di Giorno** per l'associazione Deep Inside. La professoressa **Delly Fabiani** dell'Università della Calabria ha concluso i lavori.

Indice delle tabelle

Tabella 1 - Crescita industriale	11
Tabella 2 - Abitanti ed abitazioni	13
Tabella 3 - Imprese ed addetti	13
Tabella 4 - Strutture ricettive	13
Tabella 5 - Strutture alberghiere	14
Tabella 6 - Popolazione	31

Le considerazioni qui sopra riportate si riferiscono a dati ISTAT relativi al Censimento Generale dell'Industria aggiornati al 2001, al Censimento Generale della Popolazione 2001, ai dati aggiornati al 4° trimestre 2003 sulle imprese della Camera di Commercio oltre che dalle risultanze del Rapporto di Area sviluppato dal Dipartimento di Economia e Statistica dell'Università della Calabria e dal Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale.