

Organizzazione turistica nelle Regioni italiane

Il quadro normativo di riferimento

IL CONTESTO ITALIANO

Disciplina dei Sistemi turistici locali (STL)

IL RIFERIMENTO NORMATIVO

STL introdotti per la prima volta dalla L.135/2001, costituiscono un modello originale di organizzazione del territorio per la valorizzazione delle risorse esistenti e la realizzazione di progetti innovativi di sviluppo dell'offerta turistica.

L. 29 marzo 2001, n. 135

Riforma della legislazione nazionale del turismo

PRINCIPI

- RUOLO STRATEGICO TURISMO PER LA CRESCITA: ECONOMICA, OCCUPAZIONALE, CULTURALE E SOCIALE
- MIGLIORARE LE RELAZIONI FRA POPOLI DIVERSI
- RIEQUILIBRIO TERRITORIALE AREE DEPRESSE
- TUTELA E VALORIZZAZIONE RISORSE AMBIENTALI, BENI CULTURALI, TRADIZIONI LOCALI (SVILUPPO SOSTENIBILE)
- TUTELA DEL CONSUMATORE/TURISTA
- FORMAZIONE PROFESSIONALE DEGLI ADDETTI
- VALORIZZAZIONE COMUNITA' LOCALI
- VALORIZZAZIONE ASSOCIAZIONI E PRO LOCO
- PROMOZIONE USO STRATEGICO SPAZI RURALI E ARTIGIANATO LOCALE
- PROMOZIONE RICERCA, SISTEMI INFORMATIVI E DOCUMENTAZIONE
- PROMOZIONE IMMAGINE TURISTICA ITALIANA ALL'ESTERO

TURISMO COME COMPETENZA REGIONALE ESCLUSIVA

La creazione di STL è affidata alla responsabilità delle Regioni, chiamate a definire in piena autonomia le strategie di governo del territorio e l'assetto dell'organizzazione turistica regionale.

STL nascono per iniziativa degli enti locali o imprese singole o associate, e prendono forma attraverso l'intesa tra soggetti pubblici e privati interessati allo sviluppo turistico del territorio.

STL art. 5 L. 135/2001

Le Regioni sono tenute ad incoraggiare la formazione di STL
definiti come

“contesti turistici omogenei ed integrati, comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a Regioni diverse, caratterizzati dall’offerta integrata di beni culturali, ambientali e di attrazioni turistiche, compresi i prodotti tipici dell’agricoltura e artigianato locale, o dalla diffusa presenza di imprese turistiche singole o associate”

Obiettivi dei STL

- Favorire l'affermazione di una cultura di governo locale del turismo
- Contribuire alla creazione di nuove sinergie tra soggetti pubblici e privati
- Sinergia tra sviluppo turistico e sviluppo locale, al fine di favorire il miglioramento della qualità di vita, la sostenibilità, la promozione e la tutela del territorio, la crescita del reddito e culturale, l'imprenditorialità e la tutela dei diritti.

ELEMENTI CARATTERIZZANTI DEI STL

TERRITORIO

turismo in una logica di marketing territoriale

COMUNITA' LOCALE

soggetti pubblici e privati chiamati a fare sistema e condividere le scelte di sviluppo turistico locale e governo del territorio

PROGETTO DI SVILUPPO

STL è un progetto di sviluppo dell'offerta turistica condiviso da tutti i soggetti interessati

FINALITA' ASSEGNATE AI STL (art. 5 L135/2001)

1. Sostenere attività e processi di aggregazione e di integrazione tra le imprese turistiche (in forme cooperative, consortili e di affiliazione)
2. Attuare interventi necessari alla riqualificazione dell'offerta turistica e riqualificazione urbana e territoriale delle località turistiche
3. Sostenere l'innovazione tecnologica degli uffici di informazione e accoglienza
4. Sostenere la riqualificazione delle imprese turistiche (adeguamenti a normative, sviluppo di marchi di qualità e di club di prodotto, tutela dell'immagine del prodotto turistico locale)
5. Promuovere il marketing telematico dei prodotti turistici tipici

LE SPECIFICHE VOCAZIONI DEI STL (art. 5 L.135/2001)

Realizzazione di progetti di sviluppo

rivolti alla valorizzazione delle risorse turistiche, alla creazione di nuovi prodotti o servizi, all'incremento dell'offerta turistica locale anche attraverso i servizi di informazione e accoglienza dei turisti

Promozione dell'offerta turistica

e attività di marketing in favore del territorio

Commercializzazione

del prodotto turistico locale

ESTENSIONE TERRITORIALE DEI STL

L'art. 5 della L.135/2001 non offre indicazioni vincolanti per quanto riguarda l'individuazione dell'unità territoriale sulla quale ipotizzare la creazione di sistemi.

Possono quindi essere identificati ambiti territoriali costituiti da più comuni, oppure da porzioni di territorio di una o più regioni confinanti

ESTENSIONE TERRITORIALE DEI STL

Di fatto oggi preoccupa la tendenza a far coincidere l'estensione territoriale dei sistemi con il livello provinciale, riproponendo di fatto una situazione del passato simile agli Enti provinciali per il turismo (vanificando l'intenzione della L. 135/01 di dare una dimensione turistico-territoriale ai STL anziché politico-amministrativa)

I SOGGETTI PROMOTORI DEI STL

Gli enti locali o soggetti privati, singoli o associazioni, promuovono i STL attraverso forme di concertazione con gli enti funzionali, con le associazioni di categoria che concorrono alla formazione dell'offerta turistica

RUOLO DELLE REGIONI E RICONOSCIMENTO REGIONALE DEI STL

Alle regioni spetta il compito del riconoscimento dei STL per favorire l'integrazione tra politiche del turismo e politiche di governo del territorio, anche ai fini dell'attribuzione dei finanziamenti necessario per il sostegno dei progetti di sviluppo dei STL.

Alla Regione è quindi affidato il ruolo di programmazione e pianificazione delle scelte da realizzare attraverso l'identificazione di linee di indirizzo cui i STL saranno chiamati ad attenersi per poter accedere ai finanziamenti e agli altri benefici previsti dalla legge.

LA NORMATIVA REGIONALE IN MATERIA DI STL

3 MACRO GRUPPI:

- 1. Regioni /Province autonome che non hanno recepito l'ART 5 della L 135/01 in quanto si sono dotate di un'organizzazione turistica alternativa. Sono: Valle D'Aosta, Piemonte, Friuli V.G., Trentino Alto Adige e Toscana**
- 2. Regioni che hanno deciso di recepire l'ART 5 L. 135/01 ma hanno ancora in corso di approvazione un disegno di legge. Sono: Campania, Calabria e Lazio**
- 3. Regioni che hanno recepito l'ART 5 L. 135/01 con modalità differenziate di recepimento. Sono: Lombardia, Liguria, Veneto, Marche, Umbria, Abruzzo, Basilicata, Puglia, Sicilia, Sardegna, Molise ed Emilia Romagna**

I STL ATTIVI

Delle Regioni che hanno recepito l'ART 5 L. 135/01: Lombardia, Liguria, Veneto, Marche, Umbria, Abruzzo, Basilicata, Puglia, Sicilia, Sardegna, Molise ed Emilia Romagna, soltanto 5 hanno attivato i STL:

LOMBARDIA Ne ha realizzati 4: Terre dell'acqua (Lomellina e Valle del Ticino), Po, Lago di Como, Valchiavenna

VENETO Ne ha realizzati 14: Dolomiti, Belluno-Feltre-Alpago, Treviso, Bibione-Caorle, Jesolo-Eraclea, Venezia, Chioggia, Padova, Terme Euganee, Vicenza, Altipiano di Asiago, Garda, Verona, Rovigo

UMBRIA Ha riconosciuto 8 STL ma ne ha attivi solo 4: Valli e monti dell'Umbria antica, Trasimeno, Assisi, Media Valle del Tevere.

BASILICATA Ha previsto 5 aree prodotte assimilabili ai STL

LIGURIA Ha realizzato 4 STL: Golfo dei poeti, Genovesato, Terre di Portofino, Cinque terre e riviera Spezzina

REGIONI CHE HANNO PREVISTO STL

UMBRIA

E' stata la prima regione a emanare una normativa riguardante i STL con L. Regionale n. 29/2001. La Legge ha attribuito alla Regione le funzioni di programmazione, indirizzo e coordinamento e ha istituito l'agenzia di promozione turistica regionale, quale organismo strumentale per la promozione turistica dell'intera regione. A livello locale possono essere istituiti degli IAT anche da parte dei comuni.

Il ruolo di STL: è lo strumento per l'attuazione della collaborazione tra pubblico e privato e deve essere funzionale alla formazione del prodotto turistico, mediante la valorizzazione integrata delle risorse locali, di promozione e commercializzazione dell'offerta.

ORGANIZZAZIONE:

- Regione (programmazione, indirizzo e coordinamento)
- Agenzia di promozione turistica regionale (coordinamento del marketing turistico)
- Sistemi Turistici locali
- Uffici di informazione e accoglienza ai turisti (IAT)
- Associazioni pro loco (accoglienza e informazione turistica)

REGIONI CHE HANNO PREVISTO STL

PUGLIA

Ha recepito quasi integralmente i principi sanciti dalla L. 135/01 con la L. regionale n.1/2002: la regione, nell'ambito delle proprie funzioni di programmazione, riconosce i STL promossi dagli enti locali o da soggetti privati. La Legge ha previsto inoltre la soppressione delle precedenti APT, ha istituito l'agenzia regionale del turismo con compiti di promozione, qualificazione e sviluppo turistico del territorio regionale e di gestione degli IAT.

ORGANIZZAZIONE:

- Regione**
- Agenzia di promozione turistica (APT) (coordinamento del marketing turistico)**
- Uffici di informazione e accoglienza ai turisti (IAT)**
- Associazioni pro loco (gestione operativa e comunicazione)**

REGIONI CHE HANNO PREVISTO STL

MARCHE

Ha previsto i STL con delibera di giunta regionale n. 578/2002. Da rilevare che è stata la prima regione che ha riconosciuto un STL “Misa Esino Frasassi” con decreto del 25 ottobre 2002. Ai STL, province, uffici IAT e comuni, insieme alle Associazioni pro loco, è delegata la gestione, la commercializzazione e la comunicazione di prodotti turistici.

LA L. Regionale n. 9/2006 stabilisce che il STL è lo strumento per l’attuazione della collaborazione tra pubblico e privato

ORGANIZZAZIONE:

- Regione**
- Sistemi turistici locali**
- Uffici di informazione e accoglienza ai turisti (IAT)**
- Associazioni pro loco**

REGIONI CHE HANNO PREVISTO STL

LOMBARDIA

Ha dato un'impostazione particolare alla disciplina dei STL con la L. Regionale n. 8/2004 che ha soppresso le APT e ha istituito i "SISTEMI TURISTICI" senza aggiungere "locali" per non circoscrivere troppo l'ambito territoriale.

Per tutto il resto, l'organizzazione turistica è imperniata sugli enti istituzionali tradizionali: alla Regione spettano compiti di programmazione, controllo e promozione dell'immagine turistica della regione; alle province la promozione e coordinamento dei ST e funzioni svolte dalle ex APT; ai comuni spetta la partecipazione ai ST, istituzione delle IAT e l'informazione turistica locale.

ORGANIZZAZIONE:

- Regione
- Province
- Camera di commercio
- ST
- Uffici informazione e accoglienza turistica (IAT)
- Associazioni pro loco

REGIONI CHE HANNO PREVISTO STL

VENETO

Ha istituito i STL con L. Regionale n. 33/2002: al fine di sviluppare i STL il territorio della regione è suddiviso in ambiti territoriali a tipologia di offerta turistica omogenea. Sono 14 gli ambiti territoriali gestiti da strutture associate di promozione turistica a composizione pubblico-privata.

Di fatto 6 di questi ambiti corrispondono a capoluoghi di provincia, attuando in sostanza, una sovrapposizione tra confine amministrativo e STL.

ORGANIZZAZIONE VENETO

□ Regione

□ Sistemi turistici locali

□ **Strutture associate di promozione turistica** (interventi alla commercializzazione, eventi e iniziative promozionali, consulenza e assistenza tecnica alle imprese associate)

□ **Conferenza permanente provinciale del turismo** (per assicurare in ogni provincia la partecipazione e il collegamento con gli enti locali)

□ **Uffici provinciali di informazione e accoglienza turistica (IAT)** (informazione e accoglienza turistica nei propri ambiti)

□ **Associazioni pro loco** (strumenti per la tutela dei valori naturali, artistici e culturali delle località e promozione dell'attività turistica e culturale)

REGIONI CHE HANNO PREVISTO STL

SICILIA

Ha disciplinato i STL nella L. Regionale n. 10/2005 che introduce non i STL, ma i **DISTRETTI TURISTICI** (contesti omogenei ed integrati comprendenti ambiti territoriali appartenenti a più province con offerte di attrazioni turistiche, culturali, ambientali, agricoltura e artigianato) con compiti analoghi da quelli che in altre regioni hanno i STL.

Sono state soppresse le Aziende autonome di cura e soggiorno e turismo e le aziende autonome provinciali per l'incremento turistico.

ORGANIZZAZIONE:

- Regione
- Enti provinciali
- Comuni
- Associazioni pro loco
- Distretti turistici

REGIONI CHE HANNO PREVISTO STL

EMILIA ROMAGNA

Ha ribaltato la volontà iniziale di non recepire i STL e con L. Regionale n. 2/2007 ha attuato una riforma nell'organizzazione turistica recependo i STL.

La precedente disciplina dell'organizzazione turistica prevedeva le Unioni di prodotto, aggregazioni pubblico-private per la realizzazione e l'attuazione di progetti di sviluppo turistico, di promozione e commercializzazione del prodotto (le unioni di prodotto erano: "mare e costa adriatica", "appennini", "città d'arte, cultura e affari", "terme e benessere").

ORGANIZZAZIONE:

- Regione
- Agenzia regionale per il turismo
- APT servizi
- Unioni di prodotto
- Uffici di informazione ed accoglienza turistica (IAT)
- Associazioni pro loco

REGIONI CHE NON PREVEDONO STL

FRIULI VENEZIA GIULIA

Ha scelto di non istituire STL e ha creato: consorzi turistici per la gestione, promozione e commercializzazione del prodotto turistico (costituiti da soggetti privati con evtl. partecipazione di enti pubblici).

ORGANIZZAZIONE

Regione

Agenzia per lo sviluppo Turismo FVG (programmazione, progettazione e indirizzo dello sviluppo del sistema turistico)

Comuni (informazione e accoglienza turistica tramite sportelli informativi. Promozione e commercializzazione tramite partecipazione a consorzi turistici)

Società d'area (gestione attività economiche e turistiche di interesse regionale)

Consorzi turistici (promozione, gestione e commercializzazione del prodotto turistico)

Ufficio informazioni e accoglienza turistica (IAT)

Associazioni pro loco (valorizzare peculiarità storiche, artistiche e culturali, naturalistiche e sociali del proprio territorio)

REGIONI CHE NON PREVEDONO STL

PIEMONTE

Conserva l'organizzazione turistica di cui alla L. Regionale n. 22/96 e, la nuova L. Regionale n. 1/2002 istituisce l'Agenzia di promozione turistica del Piemonte alla quale è affidato il compito di promuovere progetti di marketing, promozione e commercializzazione del prodotto turistico. A livello locale operano le Agenzie di accoglienza e promozione turistica costituite dalle province, con compiti di accoglienza, informazione e assistenza turisti.

ORGANIZZAZIONE:

- Regione
- Agenzia per la promozione turistica del Piemonte (ATR)
- Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale (ATL)
- Uffici di informazione ed accoglienza turistica (IAT)
- Associazioni pro loco

REGIONI CHE NON PREVEDONO STL

VALLE D'AOSTA

Con la L. Regionale n. 6 del 2001 basa la sua organizzazione turistica sulle Aziende di informazione e accoglienza turistica. La fase di commercializzazione è gestita da consorzi e associazioni promossi dalla regione.

ORGANIZZAZIONE:

- Regione
- Aziende di informazione ed accoglienza turistica (AIAT)
- Uffici informazione e accoglienza turistica (IAT)
- Associazioni pro loco (comunicazione e informazione turistica)

REGIONI CHE NON PREVEDONO STL

TOSCANA

Mantiene l'organizzazione turistica basata sulla L. Regionale n. 42/2000 con 15 Agenzie per il turismo in altrettanti ambiti territoriali.

Con "Toscana Promozione" la regione realizza la gestione dell'attività di promozione a sostegno di progetti di internazionalizzazione nel turismo e in altri settori economici.

ORGANIZZAZIONE:

- Regione
- Agenzia di promozione economica della Toscana: Toscana promozione
- Agenzie per il turismo (APT)
- Comitato turistico di indirizzo (CTI) (indirizzo, coordinamento e controllo)
- Uffici di informazione e accoglienza ai turisti (IAT)
- Associazioni pro loco

REGIONI CHE NON PREVEDONO STL

PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

Non ha istituito i STL e la sua organizzazione è disciplinata dalla L. Provinciale n. 8/2002.

La promozione turistica viene garantita da **Trentino S.p.A.** società a forma privatistica a capitale pubblico (60% Provincia A. Trento e 40% Camera di Commercio). Le 15 Aziende per il turismo hanno natura giuridica di tipo privatistico e svolgono attività di promozione locale, informazione e commercializzazione.

ORGANIZZAZIONE:

- Regione
- Trentino S.p.A.
- Aziende per il turismo (info e accoglienza, marketing turistico, valorizzazione risorse locali e intermediazione e prenotazione di pacchetti turistici)
- Associazioni pro loco (promozione e commercializzazione di pacchetti di offerta)

REGIONI CHE NON PREVEDONO STL

PROVINCIA AUTONOMA DI BOLZANO

Mantiene la propria organizzazione istituita con L.P. n.33/92. Esiste **Alto Adige Marketing**, società a capitale misto per la promozione e incentivazione di flussi turistici, alla quale partecipano la Provincia, le associazioni di categoria ed enti pubblici. A livello territoriale ci sono i consorzi promossi dalla Provincia e le associazioni turistiche senza scopo di lucro, che garantiscono a livello locale la promozione e lo sviluppo turistico delle zone di competenza.

ORGANIZZAZIONE:

- Regione
- A.A. marketing
- Associazioni turistiche (promozione e incremento del turismo)
- Consorzi turistici (marketing turistico, manifestazioni, mediazione e prenotazione di servizi turistici nel proprio ambito di competenza)

L'organizzazione turistica in sintesi

In tutte le regioni italiane l'organizzazione turistica si suddivide assume livello:

Regionale (contesto e quadro di riferimento)

Territoriale

livello periferico (organismi di mediazione e collegamento tra livello regionale e locale)

livello locale (informazione e accoglienza turistica)

Governance regionale

Il turismo è gestito secondo 2 modalità:

Gestione diretta da parte della regione

CALABRIA, CAMPANIA, LOMBARDIA, MARCHE, MOLISE, PUGLIA, SICILIA, VALLE D'AOSTA, VENETO

Delegazione delle funzioni ad agenzie appositamente

create (enti o società, con forma giuridica pubblica o privata)

La maggiorparte ha forma giuridica pubblica, alcune hanno forma privata ma sono partecipate in via maggioritaria dal pubblico e da attori privati.

Questi sono considerati enti pivot in grado di assolvere compiti organizzativi e di coordinamento dell'offerta turistica regionale

ENTE STRUMENTALE

NATURA GIURIDICA

ABRUZZO	A. promozione turismo	ente pubblico strumentale
ALTO ADIGE	A.A. marketing	società consortile resp. limitata
BASILICATA	A. promozione turistica regionale	ente pubblico strumentale
EMILIA ROMAGNA	APT servizi s.r.l.	S.r.l
FRIULI V.G.	Turismo FVG	ente pubblico strumentale
LAZIO	Ag. Regionale prom turistica Lazio	S.p.A.
LIGURIA	In Liguria	ente pubblico strumentale
PIEMONTE	Ag. Promozione turistica del Piemonte	consorzio
SARDEGNA	Assessorato al turismo	ente pubblico strumentale
TOSCANA	Toscana promozione	ente pubblico strumentale
TRENTINO	Trentino S.p.A.	S.p.A.
UMBRIA	Ag. Promozione turistica regionale	ente pubblico strumentale

Riferimenti bibliografici:

U. Martini, J. Ejarque (2008) “Le nuove strategie di destination marketing”- Franco Angeli. Parte II cap. 1

G. Dall’Ara, F. Morandi (2006) “ I sistemi turistici locali. Normativa, progetti e opportunità” Halley editore. Parte I cap. 1 e 2

S. Sciarelli (2007) “ Il management dei sistemi turistici locali” – Giappichelli. Parte I cap. 3