

1 Sistema turistico

Secondo l'analisi contenuta nel Ptr Emilia Romagna il turismo della provincia di Forlì-Cesena ha:

- un potenziale eccellente (mare-entroterra)
- una buona dotazione alberghiera che extra-alberghiera

E' sufficiente questa caratterizzazione del comparto o al fine di una definizione di un piano strategico provinciale sono necessari altri elementi di contorno che qualificano meglio la situazione e lo stato del comparto?

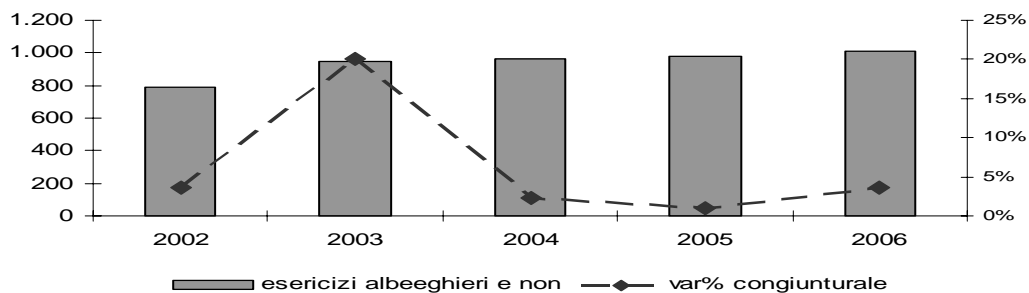
Nella presente sezione presentiamo un'analisi sulle tendenze del turismo provinciale ed una analisi qualitativa delle iniziative riconducibili al "distretto culturale" del territorio.

1.1 Il turismo a Forlì-Cesena: alcuni dati di tendenza

La provincia di Forlì secondo l'ultimo dato disponibile (2006) *contribuisce per più di un decimo (12,2%)*, in termini di strutture ricettive (alberghiere e non), alla composizione del sistema regionale del turismo. La rilevanza di questo dato emerge se lo si correla al peso di alcune importanti variabili provinciali (demografia e tessuto imprenditoriale). La provincia di Forlì-Cesena in Regione rappresenta circa un 9% in termini di popolazione ed imprese. Il turismo dunque rappresenta una concentrazione importante di attività economiche a livello provinciale.

Escluso il dato anomalo del 2003 conseguenza di una duplicazione classificatoria¹, mediamente la dotazione di strutture ricettive aumenta annualmente del 2,5%.

Figura 1-1: Le strutture ricettive nella provincia di Forlì-Cesena. Valori assoluti e variazioni % congiunturali. Serie storica anni 2002-2006.



Elaborazione: Antares su dati Regione Emilia-Romagna

Osservando i dati secondo le unioni di prodotto (costa adriatica, l' appennino, le città d'arte e le terme)², si osserva che in riviera si concentrano la maggior parte delle strutture ricettive, in modo rilevante per Forlì-Cesena rispetto alle restanti province, soprattutto per la vocazione marittima dei comuni di Cesenatico, di Savignano sul Rubicone, di San Mauro Pascoli e di Gatteo³.

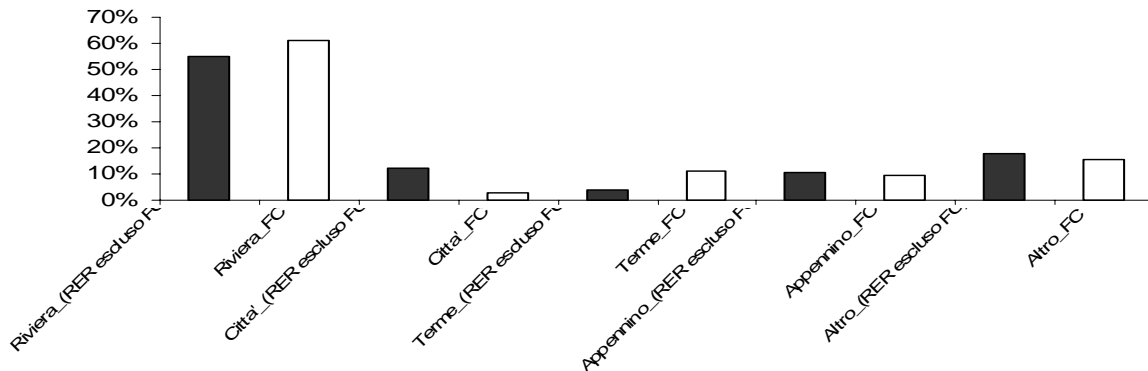
¹ Il dato del 2003 è imputabile al fatto che la tipologia *Bed and Breakfast* è stata inserita nella categoria "Alloggi privati in affitto" senza essere tolta dalla voce "Altri esercizi ricettivi".

² Aggregazioni previste dalla normativa regionale (L.R. 7/1998 e successive modifiche contenute nella L.R.2/2007) che mettere insieme soggetti pubblici e privati al fine di promuovere le diverse tipologie di turismo della regione.

³ Nel dato complessivo delle restanti province il prodotto costa preponderante per quella riminese risulta invece mitigato. Infatti nel dato aggregato incide il ruolo delle province di entroterra come Bologna, Modena, Parma e Piacenza.

La provincia di Forlì presenta in termini di strutture, rispetto alla media delle altre province emiliano romagnole, una concentrazione minima nelle città di interesse storico artistico mentre una maggiore nelle località termali. Questo ultimo dato probabilmente è legato alla necessità di soddisfare una domanda che riconosce la specificità consolidata del prodotto termale di alcuni comuni della provincia forlivese (Bagno di Romagna, Bertinoro, Castrocaro Terme e Terra del Sole). Infine Forlì risulta in linea con il dato del restante territorio emiliano romagnolo per le strutture localizzate nell'Appennino.

Figura 1-2: Composizione % per unione di prodotto delle strutture ricettive. (Provincia di Forlì =100 e Restanti province=100). Anno 2006



Elaborazione: Antares su dati Regione Emilia-Romagna

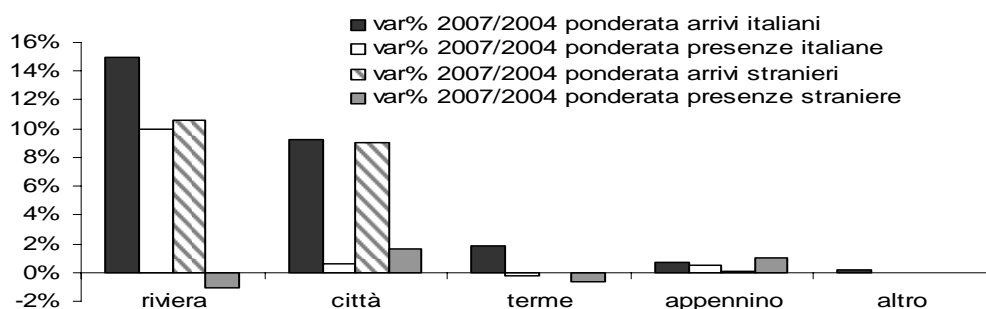
Osservando la capacità attrattiva per le diverse unioni di prodotto ed effettuando una ponderazione dei dati⁴, emerge che la riviera e le città d'interesse storico-artistico sono i prodotti che catturano maggiormente l'interesse del turista italiano e straniero. Se si osservano i dati nel dettaglio si può notare come gli italiani (in termini di arrivi⁵) siano maggiormente attirati dalla riviera e dalle città di valore storico artistico della provincia mentre le presenze⁶ crescono meno proporzionalmente (costa) o marginalmente (città di interesse storico artistico). Gli stranieri crescono in modo sostanziale sia per le località costiere che quelle di valore storico artistico. Invece registrano una dinamica diversa per le presenze che si riducono per la prima unione di prodotto (riviera) ed aumentano per la seconda (città). Inoltre gli stranieri aumentano la presenza nelle località montane in proporzione maggiore rispetto agli arrivi.

⁴ Per leggere i dati in modo significativo e corretto non è sufficiente osservare solo la dinamica se non la si commisura al peso che le diverse categorie hanno sul totale. La diversa rilevanza può portare a leggere in modo erraneo i dati. La stessa variazione percentuale cambia di significato con basi numeriche di partenza differenti. Pertanto la variazione ponderata è stata calcolata come variazione percentuale 2004-2007 moltiplicata per il peso che i diversi arrivi (o presenze) italiani (o stranieri) per unione di prodotto avevano sul totale (arrivi o presenze/italiani o stranieri).

⁵ Il numero di clienti, italiani e stranieri, ospitati negli esercizi ricettivi nel periodo considerato.

⁶ Il numero delle notti trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi.

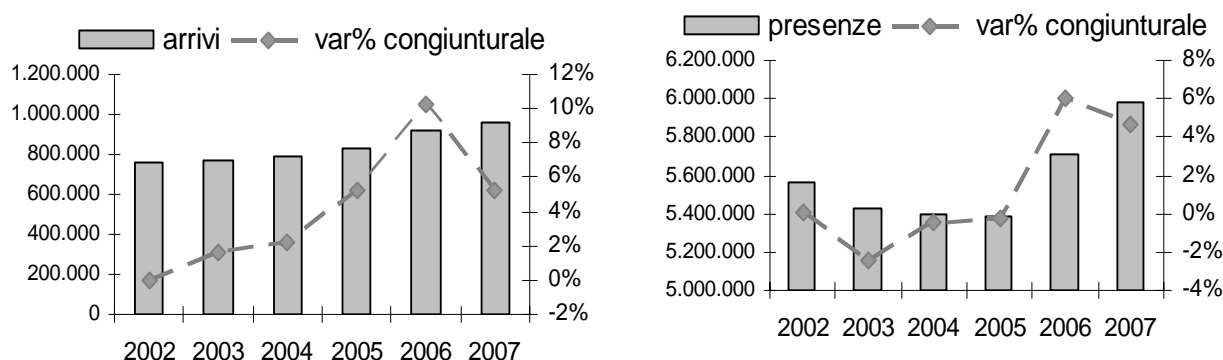
Figura 1-3: Variazione ponderata dei flussi di presenze e arrivi (italiani e stranieri) per unione di prodotto.



Elaborazione: Antares su dati Ufficio statistico Provincia di Forlì-Cesena

In generale la dinamica dei flussi turistici degli arrivi e delle presenze nella provincia di Forlì hanno comportato una leggera diminuzione della permanenza media⁷ passando da 7 notti (2002) a 6 in media (2007). Questo ha una duplice valenza: da un lato esprime la capacità del territorio di attrarre turisti dall'altro mostra la necessità di organizzare e promuovere l'offerta turistica in modo più efficace così da trattenere maggiormente il turista.

Figura 1-4: Arrivi e presenze. Provincia di Forlì. Anni 2002-2007. Valori assoluti e variazioni congiunturali.



Elaborazione: Antares su dati Ufficio statistico Provincia di Forlì-Cesena

In sintesi

- turismo volano dell'economia
- territorio capace di attrarre ma che deve riorganizzare l'offerta in modo più funzionale alle esigenze di un turista multi-interesse¹
- turisti italiani interessati al prodotto mare
- turisti italiani interessati ad un mordi e fuggi nelle città di interesse storico-artistico
- turisti stranieri interessati alle città d'arte e all'appennino oltre al tradizionale prodotto costa

Nota¹ Accanto alle tradizionali formule stanziali e stagionali come il turismo di tipo balneare, oppure orientate all'ambiente alpino ed agli sport invernali, si affiancano diverse tipologie come il "turismo di avventura", il "turismo religioso", il "turismo congressuale", il "turismo termale". Queste tipologie non nascono da motivazioni non standard di "bisogno di turismo". Questa domanda fa sì che sia necessario produrre negli ultimi decenni proposte specifiche arricchite di vari contenuti. "Il turismo come settore produttivo" Cnel, Assemblea, 25 gennaio 2007.

⁷ Il rapporto tra il numero di notti trascorse (presenze) e il numero di clienti arrivati nella struttura ricettiva (arrivi).

In termini di **programmazione**, la Regione è competente nella definizione delle politiche turistiche regionali⁸. La programmazione regionale è definita dal Programma pluriennale degli interventi regionali per la promozione e la commercializzazione turistica oltre allo sviluppo del sistema informativo turistico⁹.

Per favorire lo sviluppo del turismo essa promuove i processi di aggregazione delle imprese e di integrazione tra i soggetti pubblici e privati (attraverso le unioni di prodotto)¹⁰.

Nell'esercizio delle sue funzioni, la Regione ha attivato un sistema di concertazione con gli Enti Locali, con altri soggetti pubblici e privati che operano nel settore.

Le funzioni amministrative delle Provincia riguardano soprattutto¹¹ la programmazione della promozione turistica locale comprensiva delle eventuali iniziative di promozione¹² e valorizzazione dei territori e delle destinazioni turistiche e del coordinamento delle attività dei Comuni per l'accoglienza e l'informazione. Ai Comuni compete la valorizzazione dell'economia turistica del proprio territorio¹³. Inoltre essi collaborano allo svolgimento delle funzioni provinciali in materia di prezzi e tariffe dei servizi e delle strutture alberghiere ed extralberghiere, in materia di servizi statistici del turismo, nonché per la vigilanza e il controllo delle materie delegate alle Province.

Da tempo la Provincia è orientata ad attivare forme di concertazione capaci di far convergere un ampio fronte istituzionale e associativo, rappresentativo degli enti e delle imprese coinvolte nel comparto turistico, sui temi dello sviluppo turistico provinciale. Il giudizio sul livello di concertazione non è univoco. Tra pubblico e privato ci sono ancora margini di migliorabilità mentre tra pubbliche amministrazioni la concertazione sta portando allo scambio di buone pratiche oltre al consolidamento dell'operare in modo integrato e più efficiente.

⁸ La programmazione e il coordinamento delle attività e delle iniziative in campo turistico, la promozione in Italia ed all'estero dell'immagine dell'offerta turistica regionale, lo sviluppo qualitativo delle attività di comunicazione e di commercializzazione turistica, rappresentano i contenuti guida dell'azione politica regionale. Il sistema regionale con l'entrata in vigore della legge regionale 7, innovò radicalmente il sistema della promozione turistica. Alle *Aziende di Promozione Turistica venne sostituita un'unica Agenzia regionale per l'elaborazione delle strategie finalizzata alla realizzazione delle azioni di promozione e delle Unioni di prodotto per favorire l'integrazione fra le iniziative dei privati e le linee programmatiche concertate in sede di Agenzia.*
<http://www.emiliaromagnaturismo.it/sistema/sistema.htm>

⁹ La Regione persegue inoltre: lo sviluppo del sistema informativo turistico regionale (SiTur), sia come rete di informazione agli operatori e ai turisti, sia come statistiche del settore; lo sviluppo dell'Osservatorio Regionale sul Turismo, per una puntuale conoscenza dei mercati e per favorire lo sviluppo e l'innovazione dell'offerta turistica regionale. <http://www.emiliaromagnaturismo.it/sistema/sistema.htm>

¹⁰ Le Unioni di Prodotto sono aggregazioni di soggetti istituzionali pubblici (quali Enti locali e Camere di Commercio) e di soggetti privati (in particolare aggregazioni di imprese) interessati allo sviluppo e all'offerta dei quattro grandi comparti turistici della Regione Emilia-Romagna: la Costa, le Terme, l'Appennino, le Città d'Arte-Cultura-Affari.
<http://www.emiliaromagnaturismo.it/sistema/sistema.htm>

¹¹ Le altre attività svolte dall'amministrazione sono:

- verifiche per il riconoscimento della qualifica di IAT (Uffici di Informazione e Accoglienza Turistica);
- rilascio/revoca autorizzazione per l'esercizio dell'attività di agenzia di viaggio e turismo oltre ad accertamenti per apertura di sede secondaria o filiale;
- formazione professionale, commissioni giudicatrici d'esame per l'abilitazione all'esercizio delle professioni, elenchi provinciali degli abilitati; rilascio dei diplomi di abilitazione e dei tesserini di riconoscimento;
- sviluppo, coordinamento e gestione di un servizio di statistica provinciale del turismo, con la collaborazione dei Comuni interessati, nell'ambito del sistema statistico regionale;
- comunicazione dei prezzi e delle tariffe dei servizi e delle strutture ricettive alberghiere ed extra alberghiere;
- gestione degli interventi per la incentivazione dell'offerta turistica e del relativo vincolo di destinazione.

¹² Promozione che si sostanzia anche attraverso forme di concertazione con gli Enti locali, dei Sistemi Turistici Locali.

¹³ I Comuni assicurano il servizio di accoglienza, assistenza e informazione di carattere locale; organizzano o partecipano a manifestazioni di intrattenimento, iniziative di animazione e promozione turistica di interesse locale. Possono inoltre far parte della rete integrata di servizi di informazione turistica di interesse regionale.

In sintesi

La fotografia del turismo forlivese è quello di un sistema produttivo che pur avendo un potenziale eccellente mostra ampi margini di miglioramento. L'idea cardine delle politiche provinciali è quella di promuovere, valorizzare e sviluppare il territorio e le sue destinazioni attorno all'identità ed allo stile di vita dei residenti, promuovendo forme di turismo attente alle tematiche ambientali.

Dai dati emerge che il territorio è capace di attrarre turisti, ma è necessaria una riorganizzazione dell'offerta in modo più funzionale alle esigenze ad un turista "multi-interesse".

Questo implica una trasversalità nella promozione per tipicità di prodotto (unioni di prodotto) soprattutto in una provincia come quella di Forlì-Cesena che difficilmente è identificabile con un solo prodotto, se non nel caso della costa¹⁴. Inoltre il capitale turistico oltre alle bellezze naturalistiche, paesaggistiche o architettoniche è costituito dallo stesso tessuto "vivente" delle sue popolazioni impegnate in attività, come ad esempio l'agricoltura e l'artigianato, sviluppatasi nel corso dei secoli secondo la cultura e le tradizioni del territorio.

La modifica della normativa regionale sul turismo (L.R.2/2007) sembra recepire in parte questa necessità. Infatti, come previsto dalla normativa nazionale (lg.135/2001), anche la normativa regionale introduce i Sistemi Turistici Locali (STL).

Tra i due livelli (nazionale e regionale), tuttavia, esistono delle differenze non tanto nelle finalità quanto nel ruolo attribuito agli STL. Infatti, pur essendo riconosciuti in entrambi i casi come strumenti adatti a promuovere un'offerta integrata utile per mettere a frutto il capitale turistico di un ampio territorio e per coinvolgere i principali operatori del settore, gli STL regionali differiscono rispetto al nazionale in quanto concepiti solo come luoghi di concertazione.

Come si è già osservato, la Regione punta alla valorizzazione del turismo culturale ed ambientale, orientamento sposato appieno anche dalla provincia di Forlì-Cesena. Risulta positiva anche l'esperienza dei PIT (Progetti Integrati Turistici) con i quali sono stati sostenuti interventi pubblici di valorizzazione delle risorse territoriali e interventi privati, in campo turistico, complementari ai primi, volti ad incrementare la fruibilità delle risorse culturali e naturali oggetto di intervento pubblico.

L'orientamento che la Regione prosegue anche nella nuova fase di programmazione è quello di favorire la valorizzazione delle risorse ambientali e culturali, rafforzando ulteriormente la logica dell'integrazione, individuando circuiti integrati all'interno di aree territoriali ben definite. La provincia ha colto questo orientamento e, di fatto, insieme a quella di Ravenna e di Ferrara, sta puntando alla valorizzazione del territorio attraverso il marchio "il cuore verde della Romagna", valorizzando soprattutto gli itinerari specifici per il cicloturismo. Diventa inoltre sempre più necessaria una strategia territoriale per assecondare le esigenze di un turista che ha una duplice esigenza: quella di essere soddisfatto dall'attrattiva di base (cultura, natura, avventura, evento, enogastronomia, salute, affari e altro) e quella di trovare appagamento complessivo nell'uso del proprio tempo libero (ricettività, ristorazione, prodotti tipici ecc.)¹⁵.

Se la valorizzazione degli asset del turismo, come viene indicato anche nel Por FESR 2007-2013 Regione Emilia-Romagna, non può prescindere dalla progettazione integrata su base territoriale ed intra-provinciale, è oltremodo necessario che si sviluppi un'adeguata rete dei servizi di supporto sia pubblici che privati soprattutto logistici. L'accessibilità e la fruibilità del territorio soprattutto in un'ottica di apertura europea e in una logica di razionale e funzionale utilizzo del territorio sono leve fondamentali per concretizzare le potenzialità. Il grado di realizzabilità di questa mobilità

¹⁴ Il prodotto "Costa" in passato è stato il volano su cui si consolidava il primato turistico e l'intenzione è quella di sviluppare convenientemente questo prodotto così che anche in futuro possa essere ancora caposaldo dell'offerta turistica. Non è però un'impresa facile se si considera la concorrenza internazionale generata oggi dai Paesi che si affacciano sul Mediterraneo e sul Mar Rosso che ci impone ed imporrà un confronto a buoni livelli di qualità e prezzi contenuti. CNEL, "Il turismo come settore produttivo" Assemblea, 25 gennaio 2007.

¹⁵ E .Zabini " La certificazione del sistema turistico: dal luogo alla rete" dell'unità locale dell'Università di Bologna cofin2002 "I sistemi locali di offerta turistica e le politiche di sviluppo locale".

richiede la sinergia su area vasta di una logistica integrata ma dipende anche dal grado di concertazione che a più livelli si attiva.
La condivisa integrazione di questi molteplici tasselli permette di pianificare lo sviluppo turistico in un'ottica di sviluppo locale.