



**REGIONE PUGLIA**  
Area politiche per lo Sviluppo, il Lavoro e l'Innovazione  
Servizio Formazione Professionale

**SOGGETTO ATTUATORE**



**CORSO DI FORMAZIONE**

# **Tecnico delle attività ricettive ed assimilati (operanti in un sistema turistico locale)**

**POR PUGLIA 2000-2006: ASSE III, MIS. 3.14 az. d) Avviso 08/2009 Cod. prog.  
POR09314d314**

**approvato con D.D. [n. 930/2009](#) del 12/06/2009 da Regione Puglia\*\*\* – Assessorato a  
Lavoro, Cooperazione e Formazione Professionale – Area politiche per lo Sviluppo, il Lavoro  
e**

**l'Innovazione – Servizio Formazione Professionale, cofinanziato da F.S.E. Ministero del  
Lavoro**

**Regione Puglia,  
Misure Anticrisi per le Donne**

# Quale turismo vogliamo

- Riflessioni per il Focus group

# Il regolamento regionale

- Legge Regionale **Legge regionale 11 febbraio 2002 in materia di Sistemi Turistici Locali**
- **Regolamento ai sensi dell'art. 5, n. 1, della L.R. vuole regolare i sistemi turistici**
- **L.R. 3 agosto 2007 n. 23**, la Regione Puglia definisce le modalità di costituzione e di riconoscimento dei **Sistemi Turistici Locali** e le norme generali per il loro finanziamento. Gli stessi Sistemi Turistici Locali, possono essere indicati con l'acronimo **STL**, utilizzabile anche negli atti amministrativi relativi

# Diversificazione dell'offerta

- I Sistemi Turistici Locali nell'ambito delle strategie complessive di sviluppo del settore e delle attività di programmazione e pianificazione di competenza della Regione, concorrono a promuovere e realizzare interventi destinati ad incrementare e diversificare l'offerta regionale e a valorizzare gli aspetti di attrattività del territorio, migliorandone la fruibilità e la qualità dei servizi erogati.

## 2

- I Sistemi Turistici Locali nell'ambito delle strategie complessive di sviluppo del settore e delle attività di programmazione e pianificazione di competenza della Regione, concorrono a **promuovere e realizzare interventi destinati ad incrementare e diversificare l'offerta regionale e a valorizzare gli aspetti di attrattività del territorio, migliorandone la fruibilità e la qualità dei servizi erogati.**

# 3

- Attraverso i Sistemi Turistici Locali, la Regione definisce e **realizza programmi** di interventi per il perseguimento di specifici obiettivi di **rafforzamento dell'offerta turistica regionale**, integrando le politiche settoriali con le complessive politiche di sviluppo, riguardanti in particolare la crescita e l'innovazione del sistema produttivo, la valorizzazione e la tutela del patrimonio culturale e naturale, il governo del territorio, **lo sviluppo rurale** e la promozione dei prodotti tipici, nonché favorendo la **formazione e la qualificazione delle risorse umane** e la piena fruizione delle risorse materiali ed immateriali disponibili.

# Definizione di STL

- La Regione Puglia riconosce i **Sistemi Turistici Locali** e svolge le funzioni di controllo e di monitoraggio sulla attuazione dei programmi di sviluppo dagli stessi elaborati.
- I Sistemi Turistici Locali **sono definiti come contesti turistici omogenei o 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 dell'artigianato locale, o dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate.**

# Tipologie di STL

- La Regione Puglia distingue i Sistemi Turistici Locali nelle due diverse tipologie di seguito indicate:
  - **Sistema Turistico Territoriale**, successivamente indicato con l'acronimo STT, utilizzabile anche negli atti amministrativi relativi;
  - **Sistema Turistico di Prodotto**, successivamente indicato con l'acronimo STP, utilizzabile anche negli atti amministrativi relativi

# Gli STT

- Assumono la definizione di **Sistema Turistico Territoriale (STT)** le forme associative tra soggetti pubblici, come indicati al successivo art. 6 c.1, costituite in ambiti territoriali omogenei e di dimensioni significative, al fine della valorizzazione a fini turistici delle risorse locali.
- Possono fare parte dei STT anche soggetti privati, ai sensi del successivo art. 6 c. 2.

# Finalità degli STT

- **promuovere l'attuazione di interventi, anche infrastrutturali, necessari alla qualificazione dell'offerta turistica e alla riqualificazione urbana e territoriale delle località appartenenti al Sistema;**
- **promuovere l'inserimento di interventi di valorizzazione delle risorse locali a fini turistici, all'interno degli strumenti di pianificazione e programmazione regionale, favorendo la creazione e il rafforzamento di reti e sistemi;**
- **favorire il miglioramento della qualità dei servizi ricettivi, di accoglienza, di accesso, gestiti da soggetti pubblici o privati;**
- **promuovere l'adeguamento dell'offerta turistica, con particolare attenzione agli interventi connessi a normative di sicurezza, accessibilità, sostenibilità, nonché alla tutela dell'ambiente ed alla applicazione di standard qualitativi nei servizi erogati;**
- **promuovere e sostenere attività e processi d'integrazione tra soggetti pubblici e/o privati nell'ambito del settore turistico;**
- **sostenere lo sviluppo della telematica e dell'informatica, sotto l'aspetto tecnologico, contenutistico, di utilizzo e di linguaggio, al servizio degli operatori pubblici e privati.**

# In estrema sintesi

## Obiettivi generali

- Migliorare **l'attrattività del territorio regionale** a fini turistici;
- promuovere l'economia turistica attraverso la qualificazione, la diversificazione e la promozione dell'offerta turistica integrata dei sistemi territoriali, il completamento e la qualificazione delle infrastrutture ed azioni di marketing territoriale;
- tutelare, **valorizzare e promuovere i beni storico-culturali al fine di aumentare l'attrattività territoriale**;
- **promuovere infrastrutture e servizi** per lo sviluppo delle attività culturali;
- **promuovere il sostegno e lo sviluppo delle Aree Naturali Protette e l'attuazione della Rete Natura 2000 attraverso lo sviluppo del turismo verde e del marketing territoriale sostenibile.**

# I cinque punti principali

- definizioni metodologiche relative ai concetti di "turismo rurale", "territorio rurale", e conseguente successiva acquisizione di dati statistici riferiti ai temi focalizzati;
- analisi delle caratteristiche e potenzialità dei territori individuati;
- analisi del mercato attuale e potenziale dei servizi di turismo rurale;
- definizione del contesto normativo-organizzativo, con ciò riferendosi in particolare alle **politiche di sostegno delle Pari Opportunità**, di gestione di servizi sociali di supporto alle donne nelle realtà rurali, di sostegno alla creazione di nuova imprenditoria femminile;
- predisposizione di strumenti di valorizzazione dell'offerta (quali reti di operatrici, progetti di promozione locale, ecc.).
- valutarne le potenzialità di sviluppo riferite alle possibilità di creare nuova imprenditoria e nuova professionalità al femminile.

# Definizione di turismo sostenibile

L'applicazione dei principi della sostenibilità al settore turistico porta alla seguente definizione di turismo sostenibile:

- "Il turismo è sostenibile quando il suo sviluppo conserva le attività ad esso connesse per un tempo illimitato, **senza alterare l'ambiente naturale, sociale, artistico** e non frena ne inibisce lo sviluppo di altre attività sociali ed economiche presenti sul territorio".
- Le attività connesse al turismo sostenibile comportano importanti ricadute sul sistema socio-ambientale di una destinazione.

# Gli organismi

- Secondo il WTO (Organizzazione Mondiale del Turismo) "lo sviluppo del turismo sostenibile soddisfa i bisogni dei turisti e delle regioni ospitanti e allo stesso tempo protegge e migliora le opportunità per il futuro".

Si tratta di una forma di sviluppo che dovrebbe portare alla gestione integrata delle risorse in modo che tutte le necessità, **economiche, sociali ed estetiche** possano essere soddisfatte **mantenendo al tempo stesso l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica e le condizioni di base per la vita**".

# Sottodefinizioni

- In base alla definizione generale di sviluppo sostenibile, anche lo sviluppo del turismo sostenibile deve fondarsi su tre pilastri e cioè:
  - **sostenibilità sociale**
  - **sostenibilità ambientale**
  - **sostenibilità economica**come sancito nell'Agenda 21 per il settore viaggi e turismo del 1996.
- Ciò prevede l'attuazione di soluzioni gestionali e di sviluppo sostenibile grazie all'integrazione e al giusto equilibrio tra di esse e al rispetto di principi di base, quali:
  - **il principio di precauzione**
  - **la parità tra diverse generazioni e all'interno della stessa generazione**
  - **il senso di responsabilità per la tutela dell'ambiente e delle risorse naturali per le generazioni future.**

## 2

- Una possibile definizione utilizzabile potrebbe dunque ricomprendere nell'ambito del "turismo rurale" le seguenti attività:
  - **Ricettività extralberghiera** (agriturismi e agricampeggi, campeggi, Bed & Breakfast, affittacamere, ostelli, case-vacanza), ricompresa nella sua totalità in quanto si assume che questo tipo di ricettività sia per sua natura maggiormente correlata al territorio su cui insiste ed al tessuto sociale locale (in termini sia di proprietà sia di gestione).
  - **Ristorazione tradizionale**, introducendo però un limite dimensionale coerente con le aspettative di una clientela che ricerca un certo tipo di ambiente, un contesto di ospitalità **non "industrializzata"** ma più familiare e quasi personalizzata riconducibile alla tradizionale "**ospitalità**", tipica della **civiltà rurale** (pertanto potrebbero essere ricompresi ristoranti fino a 60 coperti, che prevedano nel menù anche piatti tipici locali).
  - **Ricettività alberghiera**, introducendo, in analogia alla ristorazione, criteri di limiti dimensionali (**fino a 30 posti letto**), e chiari richiami, nelle modalità di allestimento dei locali interni e nella somministrazione di alimenti e bevande, a elementi tradizionali del territorio.
  - **Servizi di animazione didattica**, accompagnamento e promozione realizzati sul territorio rurale

# La forte presenza delle donne nel settore

Le "Politiche di genere" con particolare riferimento al comparto turistico

- Grazie all'assunzione di una metodologia fondata sul principio di "mainstreaming", l'attenzione alle pari opportunità è divenuta progressivamente strategia che attraversa tutte le altre, un orientamento globale che va applicato in tutti i contesti.
- E' necessario rendere la parità e l'uguaglianza di opportunità elemento trasversale delle politiche di intervento nel settore, proprio per poter realizzare il mainstreaming di genere occorre proseguire nella realizzazione di azioni a favore delle donne e migliorarne la qualità.

# Alcune considerazioni finali

In questa prospettiva, alcuni fattori di sviluppo del territorio rurale e in particolare del turismo che esso alimenta possono allora risultare di particolare rilevanza se abbinati ad un perseguimento effettivo di condizioni di uguaglianza di opportunità tra donne e uomini:

- **la rivitalizzazione di piccoli borghi** come territorio atto all'accoglienza di nuclei familiari che possano trovare un numero di servizi essenziali in loco, tali da supportare le attività legate alla gestione domestica e il lavoro di cura e da consentire la acquisizione di un tenore di vita socialmente e economicamente sostenibile e appagante (**Vedi Associazione dei borghi più belli d'Italia**);
- **la promozione di alcune azioni specifiche a favore dei territori rurali**, quali: la lotta allo spopolamento delle zone marginali, il mantenimento di una minima base produttiva agricola in termini di superficie utilizzata e di numero di addetti, la creazione di migliori condizioni di vita e di lavoro, l'agevolazione del ricambio generazionale, il miglioramento del livello qualitativo dei prodotti, della redditività e della competitività imprenditoriale;
- **la valorizzazione della cultura locale e della cura verso quel tipo di territorio** come occasione di trasferimento alle generazioni più giovani di una "cultura positiva" del territorio rurale, per contrastare la debolezza che esso sta rischiando sia dal punto di vista quantitativo di presenza abitata, sia dal punto di vista qualitativo di cura dell'ambiente in generale e in funzione di una valorizzazione di tipo turistico in tal senso;

# Alcune considerazioni (2)

- la promozione del territorio rurale attraverso il consolidamento di iniziative imprenditoriali, che si esprimono eminentemente nella valorizzazione e diffusione dei prodotti tipici e nella promozione di un turismo sportivo /naturalistico /gastronomico/ culturale, ovvero che sappia porre nella giusta prospettiva tutti i diversi elementi caratterizzanti il territorio, in un insieme rispettoso dell'ambiente e dei suoi abitanti e, insieme, accogliente verso i non residenti;
- l'assunzione di una logica di filiera quale punto di forza dell'agricoltura, anche in considerazione del riconoscimento a livello comunitario del valore di alcuni prodotti tipici di nicchia, ai quali è stata data protezione giuridica della loro denominazione;
- il perseguimento dello sviluppo turistico quale elemento in grado di concorrere alla stabilizzazione socio-economica e demografica, purché diversificata e diffusa in forme adatte ai luoghi, radicandosi nelle aree rurali e perseguendo la valorizzazione conservativa delle risorse produttive, ambientali e culturali esistenti;
- l'attenzione e il coinvolgimento attivo di tutte le componenti pubbliche e private e le categorie socioeconomiche del territorio come soggetti in grado di apportare il proprio contributo personale alla individuazione e realizzazione di azioni mirate al miglioramento delle condizioni di vita e di fruibilità del territorio rurale.

# Identikit del turista

Volendo fornire alcuni dati specifici riguardo le caratteristiche del turista "tipo" ci si deve riferire, al fine di offrirne un profilo attendibile, ad alcune indagini realizzate dalle maggiori Associazioni nazionali affiliate alle associazioni di categoria.

- Da queste indagini emerge una voglia tutta nuova di intendere il tempo libero. **Relax e tranquillità**, ma anche curiosità verso la vita in campagna, per quei **"valori rurali"** legati alle tradizioni e alla semplicità **ad esempio come l'agriturismo** sa esprimere nel migliore dei modi. Una vacanza vissuta in maniera attiva, scandita dal riposo e da numerose attività godute all'aria aperta.
- **è giovane ed opera nel terziario**, sposato e ha dei bambini piccoli (nella sua vacanza ideale al terzo posto è segnalata la voce "servizio di baby sitting"), si concede la vacanza anche brevissima soprattutto a Pasqua e in agosto, ma la frequenza è ben diluita in quasi tutti i mesi dell'anno. Una volta in vacanza le attività preferite sono nell'ordine il **riposo, le visite alle città d'arte, gli eventi culturali, la gastronomia**.
- **Nel 55% dei casi gli ospiti sono giovani**: hanno tra i 18 e i 35 anni, mentre il resto del campione copre la fascia tra i 36 e i 55 anni. La provenienza socio economica del campione esaminato evidenzia che è il mondo del terziario il "vivaio" di questa tipologia di turista (50% impiegati, 19% professionisti, 10% di commercianti).

# Le motivazioni della scelta

- Quasi il 75% si orienta verso il settore per motivazioni connesse **alla qualità ambientale ed enogastronomica**, per il desiderio di **contatto con la natura**, il mondo rurale e la sua tranquillità ed il piacere delle **cose genuine**, mentre il 20% esprime il desiderio di praticare una nuova formula turistica, denunciando implicitamente la stanchezza per le formule di turismo tradizionale e di massa;

## Le attese degli ospiti

- **accoglienza e qualità di rapporto** calde, familiari, assolutamente diverse da quelle che caratterizzano il tradizionale comparto alberghiero;
- **cibi genuini e piatti tipici** che lo liberino, sia pure temporaneamente, dalla omologazione e dalla standardizzazione dei sapori e dei cibi industriali;
- **pace e relax** che lo sollevino dallo stress della vita urbana;
- **rapporto con una natura** salvaguardata o incontaminata, anche attraverso l'esperienza e il contatto personale con il mondo rurale;
- **esplorazione e conoscenza** di territori sconosciuti e "**meno turistici**", attraverso la partecipazione a **momenti culturali e collettivi tipici dell'area**.

## ... infine

- E' il caso di osservare, ancora, che se la maggioranza degli ospiti riguarda il mercato interno (il 27% proviene da altre regioni, il 18% dalla stessa regione e il 13% dalla stessa provincia), una parte sempre più consistente proviene dai paesi europei (24% Europa del nord, 18% altri paesi).
- Per quanto riguarda il tempo di soggiorno, il 42% si ferma da una a due settimane, il 27% da uno a due giorni, mentre il 31% non supera la giornata di permanenza.
- Per finire un cenno ai mezzi di trasporto utilizzati. Il 37% usa l'auto propria, il 21% la moto, il 36% utilizza mezzi di trasporto collettivi (minibus a noleggio, aereo, pullman, treno).