

L'Oriente Padano, possibile sistema di *alternativa complementare* rispetto ai grandi circuiti tradizionali

di Elena Spagna

Premessa di contesto

Sulla base dei dati previsionali del WTO¹ il turismo nei prossimi 15 anni diventerà il primo settore di attività economica, i flussi internazionali raggiungeranno circa 1,6 miliardi di arrivi (53 milioni previsti in Italia) con una crescita media annua del 4,3%; l'Europa perderà quote di mercato, in favore del continente asiatico. L'Italia stessa, comunque ai vertici del turismo mondiale, perderà alcune posizioni nella scala delle principali destinazioni, in favore dei Paesi tradizionalmente avanti (Francia, Usa e Spagna), del Regno Unito e di quelli emergenti, come la Cina (che conquisterà il primo posto) e Hong Kong.

In Italia il valore aggiunto turistico² corrisponde a un 3,5% del valore aggiunto complessivo e al 5% dei servizi (dato 2003) e nell'ultimo decennio è cresciuto del 34% diventando sempre più un fattore chiave della nostra crescita economica. Questo mercato è orientato a soddisfare una domanda di servizi in crescente evoluzione, alla ricerca di "prodotti in grado di offrire il massimo nel minor tempo possibile", con una accentuazione verso la vacanza breve e una domanda assai segmentata verso forme di turismo alternative (ne sono esempi il nascente eco-turismo, i parchi a tema, il turismo d'avventura).

Di fronte a questo scenario, il nostro Paese sta volgendo fortemente l'attenzione di questi ultimi anni all'adeguamento delle politiche legislative³, le forme organizzative⁴, le linee di investimento, le strategie di valorizzazione del patrimonio e della qualità ambientale, per cercare di mantenere gli e-

¹ WTO sta per World Tourism Organization – agenzia delle Nazioni Unite per il settore turistico. Vedi Indagine di Confturismo per il meeting Assoturismo del 22 novembre 2005.

² Per le statistiche ufficiali ISTAT il V.A. turistico è quello proveniente da alberghi e pubblici esercizi.

³ Il turismo rientra tra le materie a competenza esclusiva regionale (art.117 riformato dalla nuova costituzione) perciò si afferma anche in questo ambito il principio di sussidiarietà in virtù del quale è avvenuto il passaggio di funzioni e compiti dallo Stato alle Regioni - che legiferano autonomamente in materia nell'ambito dei principi dettati dalla legge quadro sul turismo n.135/2001 – e agli enti locali (decentramento).

⁴ Neo-nati con la legge 80/2005 il Comitato Nazionale per il Turismo (con compiti di orientamento e coordinamento) e l'Agenzia Nazionale per il Turismo (già Enit) che si avvale del Comitato tecnico consultivo e dell'Osservatorio sul turismo.

levati flussi di attrazione e recuperare anche terreno verso i vicini Paesi europei che hanno attivato iniziative e strumenti innovativi di richiamo turistico improntati a una logica di ottimizzazione dei fattori competitivi.

Come è noto, l'ingentissimo patrimonio storico-culturale e naturalistico di cui il nostro Paese dispone non è più sufficiente al mantenimento dei flussi turistici del passato se non viene accompagnato da proposte di accoglienza diversificate, servizi di qualità, politiche di prezzo competitive, attenzione crescente alle mutate esigenze del cliente-turista "globale" del nuovo millennio.

La tesi sostenuta è quella che, accanto ai circuiti turistici italiani tradizionalmente forti e le mete di indiscusso primato (Roma, Firenze, Venezia, Isole), si possano sviluppare circuiti turistici minori e complementari, in grado di offrire occasioni di soggiorno intermedie, rivolte a un turismo "di nicchia" ma per questo non meno vivace, per formulare un'offerta da parte di territori meno noti ma ugualmente carichi di interesse artistico e di proposte ambientali affascinanti e originali, su rotte alternative e per questo del tutto "spendibili" nell'ottica di diversificazione dell'offerta turistica in atto.

Proponiamo in questa chiave una lettura del territorio Padano Orientale, lembo di terra in cui le tre Regioni di Lombardia, Veneto e Emilia Romagna confluiscono attraverso le proprie province più periferiche (orientali appunto) sia da un punto di vista geografico che socio-economico; un ampio territorio di confine, con caratteristiche ambientali non dissimili e a chiara valenza naturalistica, cui anche la diversa appartenenza regionale ha indirizzato a diversi percorsi di sviluppo, in parte disperdendone i tratti identificativi di contiguità spaziale e culturale.

Il presente articolo traccia un breve profilo dell'area Padana Orientale Ferrara-Mantova-Rovigo-Ravenna teso a:

- Individuare i caratteri di affinità socio economica;
- Descrivere i principali indicatori dell'offerta turistica dell'Area;
- Verificare le potenzialità attrattive in alternativa ai percorsi tradizionali, anche in rapporto al comportamento turistico medio, offrendo proposte complementari di valido interesse attraverso beni e prodotti di eccellenza che il territorio è in grado di esprimere.

Affinità socio-economica della Area Vasta Padana Orientale

Di proporzioni demografiche contenute e similari⁵, certamente un elemento identificativo di comune rilevanza attiene alla presenza fondante del settore primario nell'apporto alla ricchezza di ciascuna provincia in seno alla propria regione. Osserviamo infatti che l'apporto complessivo di valore aggiunto nelle rispettive Regioni oscilla nel complesso tra il 4%-5% di Mantova e Rovigo e il 7-8% di Ferrara e Ravenna, mentre il valore dell'agricoltura supera il 10% in tutti i territori (addirittura 19% per Mantova). Anche la superficie agricola utilizzata (SAU) denota una buona omogeneità di struttura produttiva⁶

Tab. 1 - Valore aggiunto per settori e quota sul totale regionale e di Area Vasta. Anno 2003.

	di cui:					
	Agricoltura	Industria	In senso stretto	Costruzioni	Servizi	Tot. economia
Mantova	704,6	3.841,8	3.311,2	530,6	5.858,3	10.404,7
Quota % sul tot. reg.	19,1	4,7	4,6	5,2	3,6	4,2
Rovigo	316,3	1.381,4	1.103,2	278,2	3.380,0	5.077,7
Quota % sul tot. reg.	11,3	3,8	3,7	4,4	4,8	4,6
Ferrara	458,7	2.078,6	1.640,6	438,0	5.089,1	7.626,4
Quota % sul tot. reg.	14,1	6,0	5,8	7,2	7,5	7,2
Ravenna	362,6	2.122,8	1.605,4	517,4	6.440,9	8.926,3
Quota % sul tot. reg.	11,1	6,2	5,7	8,5	9,4	8,4
Area Vasta	1.842,2	9.424,6	7.660,4	1.764,2	20.768,3	32.035,1
Quota % sul tot. reg.	6,0	2,9	2,9	2,9	2,4	2,6
Lombardia	3.695,0	82.057,0	71.884,0	10.173,0	163.567,0	249.319,0
Veneto	2,8	36.285,0	29.967,0	6.318,0	70.395,0	109.490,0
Emilia Romagna	3.254,0	34.432,0	28.310,0	6.122,0	68.260,0	105.946,0

Fonte: Elaborazione Servizio Studi e Informazione Statistica Economica su dati Istituto Tagliacarne

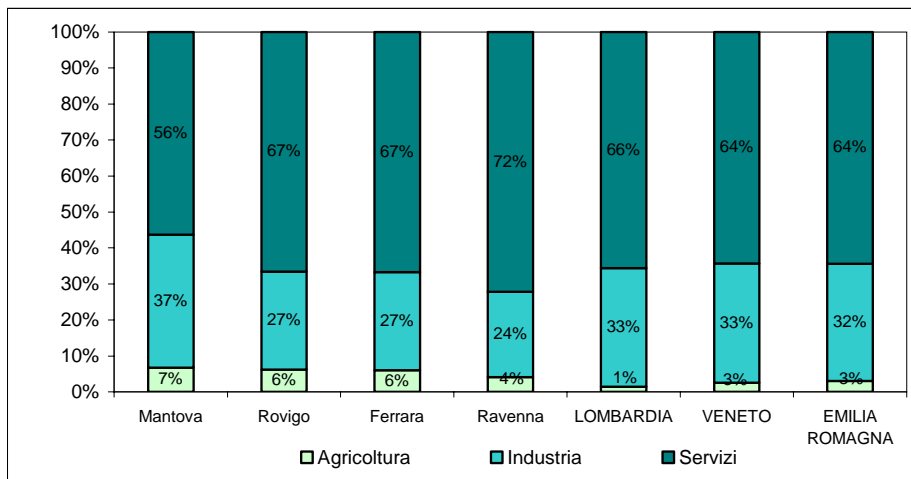
⁵ Si tratta di realtà provinciali sotto a 400 mila abitanti che, eccetto Ravenna, hanno una densità inferiore alle medie regionali.

⁶ La quota % di SAU sui totali regionali è simile (dal 10% minimo di Ravenna al 16% di Mantova e Ferrara) e soprattutto nessuna delle province osservate è stata interessata a sostanziali modifiche di destinazione d'uso nell'ultimo ventennio.

La presenza di un forte settore primario certamente esprime anche una vocazione ambientale del territorio e favorisce la preservazione delle sue ricchezze naturalistiche. Diviene comune denominatore come elemento di fruibilità turistica.

E' infatti convincimento diffuso che i territori "minori" in termini di apporto produttivo nella crescita industriale del secondo novecento, in questo nuovo millennio possano recuperare spazio competitivo in virtù di uno scenario profondamente mutato, di terziarizzazione dell'economia e di delocalizzazione produttiva. La disponibilità di più ampie porzioni di territorio non ancora urbanizzate può rappresentare opportunità di sviluppo verso altre declinazioni economiche e utilizzi di fruibilità turistico-attrattiva.

Fig. 1 - Valore aggiunto per settori. Composizione percentuale. Anno 2003.



Fonte: Elaborazione statistica a cura del Servizio Studi e Informazione Statistica Economica della Camera di Commercio di Mantova.

L'elevato valore del terziario che attiene a questo territorio certamente rappresenta un'altra comune caratteristica della Area Vasta Pianura Orientale e sostiene favorevolmente la tesi di un potenziale sviluppo ancora esistente. Oltre due terzi del valore aggiunto provengono dai servizi per Rovigo, Ferrara e Ravenna, i cui valori percentuali di composizione superano la media delle rispettive regioni. Unica eccezione Mantova, che pure ricava dai servizi oltre il 50% della ricchezza ma che, in ritardo di terziarizzazione, non ha ancora raggiunto gli standard medi lombardi, trovandosi a possedere rispetto alle consorelle uno zoccolo duro di produzione industriale ancora

molto elevato.

Il valore aggiunto dei servizi fra il '95 e il 2003 ha acquisito 5,9 punti percentuali a Mantova e Rovigo, 5,2 a Ravenna e 2 a Ferrara. Nel medesimo periodo tutte hanno ottenuto una omogenea crescita della ricchezza con incrementi del Pil pro-capite attorno al 15%. (**tab. 2**).

In termini di presenze d'impresa le quattro province hanno in comune un eguale peso percentuale di unità locali di tipo commerciale (poco meno del 30% delle unità locali al censimento 2001) e questo depone in favore di un certo equilibrio di matrice turistica.

Tab. 2 - Valore aggiunto pro-capite a prezzi correnti (in euro) e variaz.. Anni 1995-2003.

	Mantova	Rovigo	Ferrara	Ravenna
1995	18.764	14.442	15.570	16.729
1996	19.967	15.736	16.700	18.062
1997	20.686	16.398	16.977	18.243
1998	21.241	16.711	17.262	19.095
1999	20.762	17.204	17.825	19.669
2000	21.707	17.564	18.427	21.318
2001	22.565	18.084	19.205	22.630
2002	24.401	19.229	20.513	23.631
2003	25.952	20.053	21.227	24.228
Var. % 03-95 (prezzi correnti*)	38,3	38,9	36,3	44,8
Var. % 03-95 (prezzi costanti**)	14,5	15,0	12,9	19,9

* Le variazioni a prezzi correnti includono l'effetto dell'inflazione

** Le variazioni a prezzi costanti sono deflazionate

Fonte: Elaborazione Servizio Studi e Informazione Statistica Economica su dati Istituto Tagliacarne

Sotto il profilo della distribuzione occupazionale dell'ultimo censimento in tutta l'Area è ancora incisiva l'impronta manifatturiera anche più forte per Mantova e Rovigo (con il 55% circa di addetti all'industria) e minore per Ferrara e Ravenna, in cui commercio e servizi al 2001 hanno già conquistato oltre la metà degli addetti.

Una connotazione distintiva si evince in merito all'apertura dei mercati, dunque alla componente estera della domanda, in cui la provincia di Mantova rivela una propensione assai più incisiva rispetto alle altre province orientali che la collega più favorevolmente alle province limitrofe dell'ovest Lombardia o del nord est.

A conclusione di questo breve excursus di struttura economica pare di poter affermare che i tratti di affinità superano quelli fortemente distintivi. In effetti anche l'indice di dotazione delle infrastrutture economiche e sociali elaborato dal Tagliacarne per l'anno 2004 fa oscillare tre delle quattro province attorno a 80 (ciascuna però sotto il proprio indice medio regionale) mentre una, Ravenna, raggiunge 111 (su 108 dell'Emilia). Quest'ultima, per ragioni di storico sviluppo anche industriale legato alla sbocco marittimo e alla pluralità ed eccellenza delle sue vocazioni, nell'insieme esprime uno sviluppo economico più evoluto e in grado di assumere posizioni di leadership.

La vocazione turistica dell'Area

Si può proporre questa porzione di territorio interregionale orientale, che abbiamo visto tendenzialmente omogeneo per diverse caratteristiche socioeconomiche, quale *unicum* di attrazione turistica?

L'obiettivo di sondare quali caratteri possano conferire all'Area padana orientale Ferrara-Mantova-Rovigo-Ravenna elementi di riconoscibilità e identità viene sviluppato individuando le prevalenti tipologie turistiche e analizzando i suoi principali indicatori quantitativi di offerta turistica nel contesto nazionale.

Certamente questa Area Vasta è in gran parte vocata a un turismo balneare: tre delle quattro province si affacciano sul mare Adriatico con coste ricche di offerta turistica, alberghiera e extra. Le 6.600 unità locali "turistiche" (alberghi e ristoranti) presenti coprono un 2,5% del totale Italia e sono così collocate: il 32% a Ravenna, il 26% a Ferrara, il 23% a Mantova e il 18% a Rovigo. E' certamente l'elemento "acqua" in senso vasto il filo conduttore di queste terre, bagnate per ampie porzioni da laghi e corsi fluviali, fino al mare, con scenari acquitrinosi e parchi di interesse naturalistico (si pensi alle famose Valli di Comacchio).

Quest'area pianeggiante e "marittima" compendia in realtà una *buona differenziazione* di offerta turistica, in grado di soddisfare una molteplicità di preferenze di soggiorno in un raggio di distanze modesto, tale da potersi considerare fruibile sia nelle vacanze estive che nell'ambito dei classici tempi di vacanza breve (1-3 gg) e proporsi come occasione turistica alternativa e complementare se consideriamo che si trova sulla rotta delle principali vie di comunicazione (autostradali, aeree e ferroviarie) prime mete del circuito internazionale, come Firenze e Venezia.

Poiché l'Italia resta in vetta alle destinazioni più richieste dalla domanda turistica che si rivolge ai Tour Operator europei⁷ (lasciando indietro Fran-

⁷ Come risulta dall'indagine 2004 attuata tramite un campione di 320 Tour Operator europei che trattano l'Italia, Rapporto Isnart del febbraio 2005, p.11.

cia e Spagna), sembra percorribile l'ipotesi di impostare pacchetti per Tour Operator attenti a proposte di turismo di nicchia o alternativo, accostando le mete italiane principali a qualche soggiorno (marittimo, lacustre, agriturismo o artistico) presente nella Area Vasta Padana Orientale.

Se consideriamo che – ad esclusione della montagna – sono compresenti tutti i principali tipi di *prodotto turistico*, il principio di differenziazione è soddisfatto in quest'Area, con conseguenti potenzialità di crescita dell'economia turistica attraverso una combinazione delle diverse forme di attrazione. Leggiamo la presenza dei principali prodotti turistici, in grado di veicolare un'offerta coordinata di proposte anche tra loro differenti e complementari, nei seguenti elementi:

1. L'offerta marittima è presente su Ferrara e Ravenna ma anche a Rovigo, mete di consolidata tradizione turistica, che hanno operato già dallo scorso decennio investimenti nella qualità dell'offerta ricettiva, dei servizi e dell'intrattenimento, e perciò favorito l'attribuzione all'Emilia Romagna nel 2004 del secondo posto nella graduatoria di importanza regionale per destinazione della vacanza principale (dopo la Toscana)⁸;
2. L'offerta d'arte e cultura contraddistingue poli provinciali come Mantova⁹ e Ferrara, città "minori" che però stanno ottenendo riconoscimenti¹⁰ crescenti in termini di notorietà e prestigio nel panorama turistico delle città d'arte (con le dinastie dei Gonzaga e degli Este, assai simili anche negli assetti fortificati delle regge) per la valenza delle proposte di intrattenimento combinato storia-cultura-natura-enogastronomia; la città di Ravenna, con il suo patrimonio bizantino¹¹. Se le affinità tra Mantova e Ferrara sono evidenti, anche Mantova e Ravenna hanno tratti comuni, ad esempio, rispetto alla loro vocazione d'acqua (percorsi fluviali per l'una, polo marittimo la seconda), alla tradizione storico letteraria che richiama i natali di Virgilio in Mantova e il Sepolcro di Dante, esule, in quel di Ravenna. Un progetto denominato "Il treno della cultura" dal 2007 vedrà probabilmente davvero collegate

⁸ Dalla classifica delle "Top 20 della vacanza principale degli italiani", Osservatorio nazionale sul turismo Isnat/Unioncamere, gennaio 2005.

⁹ Il Comune di Mantova aderisce all'Associazione Circuito Città d'Arte della Pianura Padana che, coinvolgendo 12 città d'arte da Alessandria a Bologna, aspira al riconoscimento di Sistema Turistico Interregionale come dichiarato in un comunicato stampa sul sito del Comune di Cremona (www.comune.cremona.it/article1232.phtml) del 5.12.05.

¹⁰ La formula culturale sposata dall'evento *Festivaletteratura* che si tiene a Mantova ormai da un decennio nella prima decade di settembre ha contribuito in maniera decisiva alla notorietà turistica di Mantova ed è divenuto appuntamento del turismo culturale di prim'ordine sulla scena nazionale e internazionale.

¹¹ Di origini umbro-etrusche, con i Romani divenne primo centro strategico navale del Mediterraneo orientale e Onorio Augusto la elesse seconda Roma dell'impero di Occidente. Ebbe massimo splendore quale sede dell'esarcato bizantino per quasi due secoli.

per un percorso d'arte e cultura le città di Mantova Ferrara e Ravenna;

3. L'offerta naturalistica, dai percorsi lungo il Po - signore e padrone di queste terre - e gli altri corsi d'acqua dolce fino alle foci del Delta del Grande Fiume, area protetta costituitasi a Parco¹², che comprende le famose Valli di Comacchio, nel Ferrarese, quale riserva umida di suggestiva rarità; i segni della presenza religiosa dei Monaci Benedettini a cui si debbono le grandi opere di bonifica e la edificazione di importanti monasteri (es. S. Benedetto Polirone a Mantova, l'Abbazia di Pomposa, etc.). Queste terre sono bagnate per ampie porzioni da lagune e corsi d'acqua fino al mare, con scenari acquitrinosi e parchi di interesse naturalistico: le valli da pesca, le oasi naturalistiche, gli scanni, le golene fluviali, le zone umide salmastre, le pinete ed i boschi litoranei. Non mancano i siti di interesse storico-archeologico-museale.¹³

4. L'offerta rurale (turismo verde - ecoturismo), con paesaggi solo in parte collinari (le colline moreniche mantovane e i loro circuiti ciclo-naturalistici fino al Garda) e in prevalenza nella pianura padana, si dipana nella crescente rete di agriturismi della vasta distesa agricola, combinata alle attività ricreative di pianura e alle proposte enogastronomiche tipiche, di comprovata qualità e genuinità; altri percorsi sul crinale della storia tra territorio e cultura, come la riscoperta dei luoghi di Matilde di Canossa attraverso progetti di valorizzazione dei territori interessati, attualmente in atto;

5. Da ultimo ma non ultimo, troviamo in questa vasta area un'offerta di turismo congressuale, formula di differenziazione con forte potenzialità di crescita in quanto insiste su luoghi di cornice gradevole, di buona accoglienza, con un rapporto spazio/tempo a portata di ritmi congressuali. In questa formula è evidente la necessità dell'ampiezza e del comfort delle strutture ricettive, dedicate alle esigenze di un target professionale. Mantova ad esempio

¹² Il parco del Delta del Po occupa un'importantissima porzione del territorio della Regione Emilia-Romagna. A partire a nord dal corso del Po di Goro, si sviluppa sino a ricomprendere tutto il delta storico del fiume Po e le foci di alcuni fiumi appenninici quali il Reno, il Lamone, i Fiumi Uniti, il Bevano e zone umide salmastre site lungo la costa adriatica e nell'immediato entroterra quali la Sacca di Goro, le Valli di Comacchio, le Piialasse Ravennati, le Saline di Cervia, le zone umide interne di acqua dolce delle Valli di Campotto, boschi e pinete come il Bosco della Mesola e la Pineta di San Vitale. Ricchissima è anche la dotazione di importanti monumenti: l'Abbazia di Pomposa, S. Apollinare in Classe, chiaviche e manufatti di regolamentazione idraulica, gli stessi centri storici di Mesola, Comacchio, Ravenna e Cervia (www.parks.it/parco.delta.po.er/par.html).

¹³Le bocche del Po, il Gran Bosco della Mesola (Fe), l'Orto Botanico di Marina di Caleri (Ro), la Pineta di Rosolina Mare (Ro), le valli di Comacchio (Fe), la sacca di Scardovari (Ro), l'Abbazia di Pomposa (Fe), il sito archeologico e la chiesa romanica di San Basilio-Ariano Polesine (Ro), ecc.

ha puntato sulla nascita di un nuovo Centro Congressi¹⁴ e la riqualificazione di un'area della città dedicata a questo tipo di esigenza: la location sembra già essere molto apprezzata dai buyers di settore.

Indicatori di flusso turistico verso l'Area

Consapevoli di questo patrimonio territoriale, spendibile in una logica di "economia turistica di Area Vasta padana orientale", per potersi interrogare sullo spazio *potenziale* quale possibile fonte di attrazione alternativa ai percorsi tradizionali, osserviamo alcuni indicatori di offerta - anche in rapporto ai "fondamentali" dell'offerta turistica italiana - quali: il peso del settore turistico ricettivo dell'area; gli arrivi e le presenze per nazionalità; i confronti territoriali e temporali; la capacità ricettiva; la permanenza media; l'occupazione media; le presenze potenziali, ecc..

I 6.600¹⁵ esercizi dell'attività turistica dell'area padana orientale (ristorazione e ricettività) davano lavoro a 20.700 addetti al censimento 2001. Con un peso percentuale sull'Italia del 2,5%. Poco meno, il 2,2% pesano gli arrivi negli esercizi ricettivi di questo territorio (sono 1.900.000 al 2004), mentre le presenze (10.800.000) salgono al 3,1% sul totale Italia, indicando una buona permanenza di giorni, poiché vi incidono le vacanze lunghe estive.

Al netto del trimestre estivo, invece, la quota delle presenze nella pianura orientale sul totale italiano scende al 2%. E' dunque preponderante l'attrazione derivata dalle coste marittime, - perciò da turismo durante il trimestre estivo - che catalizza (dato 2004) il 74% delle presenze di Rovigo, il 67% di Ferrara, il 71% di Ravenna. Per Mantova infatti solo il 24% delle presenze è in questa stagione.

Si trovano complessivamente nella Pianura Orientale 140.800 posti letto, il 3,3% del totale in Italia, con una più accentuata presenza di esercizi non alberghieri: 800 alberghi contro 3.700 esercizi complementari.

Ma quanti sono sul totale, i turisti stranieri? Al 2004 erano circa il 26%. Se consideriamo che la media italiana di arrivi stranieri era stata oltre il 42%, dobbiamo affermare che la presenza estera è ancora contenuta e che ci sono margini di crescita.

Nel complesso è **Ravenna**, certamente, la provincia con i flussi turistici più elevati tra le quattro realtà, con il 70% degli alberghi e il 50% degli altri tipi di alloggi dell'Area, il 56% delle presenze e il 53% dei posti letto complessivi.

¹⁴ Il Mantova Multicentre della Camera di Commercio di Mantova, inaugurato nell'ottobre 2003, ha già sperimentato con successo la formula del turismo congressuale e si sta già delineando l'ipotesi di proporre un *Convention Bureau* tra gli attori del territorio.

¹⁵ Unità locali del settore H presenti al Censimento 2001

Seconda per posti letto (35.600) è **Ferrara**, che ha un più limitato numero di esercizi ricettivi ma molto “capaci” per dimensioni (doppie rispetto a Mantova).

Terza per importanza **Rovigo**, che vanta però il primato del turismo complementare, con oltre 2.000 strutture non alberghiere (56% del totale dell’Area) tra villaggi, campeggi, affittacamere, agriturismi ecc...

La provincia di **Mantova** nell’analisi quantitativa rimane in coda rispetto a tutto questo contesto di riferimento. Essa infatti, nonostante le indiscusse potenzialità e il fascino del suo territorio e delle sue proposte, esprime ancora un flusso turistico di stanzialità modesto (400 mila presenze annue), poiché viene visitata “in transito” nei tour con altre città d’arte, o è frequentata di passaggio dal turismo legato soprattutto al bacino del Garda. La provincia lombarda appare perciò assai poco omogenea rispetto alla villeggiatura marina: un centinaio di alberghi (12% del totale Area) e altrettanti esercizi complementari (soprattutto agriturismi cresciuti rapidamente in questi ultimi anni) costituiscono un’offerta che, in seno all’Area Padana Orientale pesa solo per il 4,5% per numero e ancor meno, il 3%, per posti letto (4.242 al 2004). Rispetto alle consorelle, anche nella graduatoria nazionale degli arrivi sul numero degli abitanti, la troviamo all’89° posto, contro il 14° di Ravenna, il 40° di Ferrara e al 52° di Rovigo.

Possiamo in estrema sintesi affermare che, nel complesso, l’Area della Pianura Orientale - dove Mantova sembra solo parzialmente riconoscersi per caratteristiche turistiche - si connota per un contesto vacanziero marittimo ed estivo e per un’offerta culturale e naturalistica di prim’ordine, per una distinta permanenza media (5,6 gg. contro i 4 medi dell’Italia), una occupazione media¹⁶ in linea con quella italiana (22%), una ridotta presenza di stranieri, ma con una elevata capacità ricettiva costituita da esercizi complementari (questa categoria di ospitalità qui rappresenta il 4% del totale Italia contro il 2,5% degli alberghi).

Questo circuito turistico risulta perciò tanto “complementare” negli itinerari quanto nelle modalità e forme dell’accoglienza. Fattore potenzialmente di vantaggio perché in linea con le moderne tendenze di “vacanza alternativa”, perciò auspichiamo possa rappresentare una opportunità per gli scenari futuri.

¹⁶ Il rapporto tra le presenze reali e le presenze potenziali (pieno utilizzo dei posti letto disponibili).

Il comportamento turistico italiano¹⁷

Ora, per apprendere strategie e potenzialità future di crescita si forniscono alcuni indicatori generali di comportamento turistico degli italiani al 2004, utili per valutare meglio quale offerta turistica può essere premiante: l'85% dei viaggi è stato per vacanza e solo il 15% per lavoro; l'83% dei viaggi si è compiuto sul territorio nazionale e il 53% in alloggi privati. Cresce in modo evidente la vacanza culturale. I prodotti turistici preferiti dalle vacanze in Italia al 2004 sono stati:

- 52% il mare;
- 19% città d'arte;
- 15% montagna;
- 8,8% campagna;
- 19% laghi.

Le tipologie di alloggio prescelte: al 42% hotel (di cui 23% tre stelle); 27% ospite di amici; 8,8% seconda casa; 6,5% appartamento; 5% campeggio; 3,1% B&B; 2,6% agriturismo; 2,5% villaggio etc. La scelta della meta della vacanza principale avviene in prevalenza in base alle bellezze naturali del luogo (25%). La ricchezza del patrimonio artistico è in quarta posizione (10%); il prezzo più conveniente ha motivato il 4% delle mete, ma questo elemento è in crescita rispetto agli anni scorsi; gli interessi enogastronomici mettono al centro le scelte per lo 0,6%.

Altro fattore da tenere in considerazione per formulare buone politiche turistiche è il canale prevalente che influenza la scelta di una località, ancora dominato dal passaparola e consigli amicali e dall'esperienza personale passata. Gli altri canali sono fortemente ridotti per importanza, ma il tramite Internet sta sempre più aumentando l'influenza sulla scelta della meta per cui una presenza del territorio in rete è ormai condizione necessaria.

Potenzialità dell'Area Vasta

Una crescita della valorizzazione turistica dell'Area in oggetto è certamente in atto, laddove tutti i territori, anche singolarmente presi, stanno guardando con favorevole interesse al fattore turistico visto che la sua crescita compensa la ridotta crescita economica degli altri settori dell'economia. Il turismo è finalmente percepito come fattore di competitività territoriale – e come rilevante leva occupazionale – su cui giocare l'importante partita della modernizzazione dei territori, in equilibrio tra sostenibilità ambientale e costosa gestione dell'ingente patrimonio artistico, di cui tutte le quattro province sono ampiamente dotate.

¹⁷ Osservatorio Nazionale sul turismo italiano, indagine Isnart, luglio 2005.

La Legge Quadro sul turismo (n.135 del 2001) risponde all'esigenza di attivare su tutto il territorio nazionale nuovi modelli di attrazione dei flussi affermando alcuni principi generali: la politica turistica deve essere intesa come fenomeno economico; ogni Regione opererà secondo modalità proprie alle esigenze e specificità di ogni territorio (sussidiarietà); imprescindibile è l'azione sinergica di tutti gli attori, pubblici e privati, poiché la politica turistica coagula un insieme di elementi costruttivi attorno al fattore ambiente tesi a renderlo appetibile, accessibile, fruibile e godibile. Si tratta però di stilare programmi di attrazione su obiettivi misurabili e verificabili, trattando il "prodotto" turismo con strumenti aziendalistici e lavorare sull'analisi dei mercati.

Se osserviamo i flussi degli ultimi 10 anni sui territori padani orientali, vediamo una crescita di arrivi e presenze in tutte le quattro province, anche superiore alla media italiana, a testimonianza di una crescita del settore turistico effettivamente intervenuta. Se infatti rispetto al 1995 le presenze sono aumentate in media in Italia del 20% (tranne Ravenna cresciuta solo di un 5,4% ma già affermata in passato), le altre province sono cresciute ben oltre: 27% Mantova, 99% Rovigo, 46% Ferrara.

Questa tendenza dovrebbe proseguire nel prossimo futuro, cercando anche di attrarre più quote di turismo straniero¹⁸, facendo leva su alcune tendenze in atto, favorevoli per terre come le nostre: la crescita del turismo culturale, anche attorno a eventi specifici come le "grandi mostre"¹⁹; la differenziazione dell'offerta secondo la crescente richiesta di ricettività alternativa, come gli agriturismi e altre forme di ospitalità rurale; l'attenzione forte all'offerta enogastronomica, che premia realtà a chiara vocazione agroalimentare come la nostra; l'attivazione di politiche di qualità dell'offerta ricettiva (vedi marchi di qualità alberghiera e della ristorazione); l'attenzione a politiche di prezzo per garantire un buon rapporto costi-qualità della vacanza.

Anche la competizione turistica si giocherà sempre più "tra territori", basandosi sulla presenza di un mix di elementi tangibili e intangibili. Sono

¹⁸ Le Camere di Commercio lombarde stanno collaborando attraverso l'Unione regionale ad un progetto per la qualificazione dell'offerta turistica delle proprie province sul mercato tedesco, proponendo in Germania, tramite un sito internet, percorsi "alternativi" fluvio-naturalistici che ripercorrono fiumi e canali di Lombardia.

¹⁹ Dopo la grande mostra del 2002 "La celeste Galeria" dei Gonzaga, Mantova diviene nuovamente scenario di "grande mostra" nazionale (insieme a Verona e Padova) in occasione delle celebrazioni dedicate al cinquecentenario di Andrea Mantegna del 2006. Anche Ferrara ha una competenza ormai affermata e riconosciuta in questa direzione. Si veda il sito "Ferrara arte e cultura" www.artecultura.fe.it.

della prima tipologia le strutture ricettive, i beni e i servizi oggetto della prestazione turistica, il patrimonio artistico e naturalistico presente; sono invece *intangibili* elementi come: le relazioni che si instaurano e che generano rapporti di fidelizzazione, la capacità di rete sul territorio per la buona convivenza sociale; la creatività espressa nelle proposte di soggiorno; la permeabilità alle innovazioni migliorative; in una parola, insomma, il “clima” che si respira sul territorio meta di soggiorno. Questa seconda batteria di elementi può essere in grado di modificare l’esito di graduatorie delle mete turistiche prescelte.

Osservazioni di prospettiva

Può esistere, infine, un sistema di Area Vasta Padana Orientale?

Alla luce di quanto esposto sembra affermarsi un concetto geografico-culturale di Area Padana Orientale, ma per attivare comuni politiche turistiche su questa porzione territoriale il volano di azioni coordinate dovrà necessariamente partire dalle politiche regionali, innalzando l’Area a “sistema turistico interregionale” In virtù delle tre diverse legislazioni in atto, dei sistemi turistici interregionali già riconosciuti²⁰ per parte di queste stesse Regioni; delle priorità anche non univoche di ogni Regione; della molteplicità degli attori in campo, l’operazione non appare agevole e scontata. Tanto più se consideriamo che oggi, in ogni singolo contesto provinciale, si assiste ad una ri-definizione delle competenze, ad una proliferazione di soggetti attivi, ad una ridondanza di progettualità e di azioni in atto, ad una sperimentazione di nuovi modelli non ancora comprovati nell’efficacia.

Per poter approdare con successo a politiche di livello interregionale come il potenziale sistema dell’Area Padana Orientale, potrebbero giocare un ruolo importante, di dialogo e proposta verso le Regioni, le Unioni regionali delle Camere di Commercio che dalla nuova legislazione sono uscite rafforzate nel proprio ruolo di rappresentanza²¹. Un recente Protocollo, ad esempio, sottoscritto dai presidenti di Unioncamere Lombardia e Emilia Romagna contempla proprio i sistemi turistici interregionali e le azioni di

²⁰ Si sono già mosse in questa direzione le realtà provinciali facenti capo alla “Consulta del Po” che, coinvolgendo ben 4 regioni (Piemonte, Lombardia, Veneto e Emilia Romagna) hanno visto riconosciuto il sistema interregionale attorno a tutta l’asta del Po. Ma diversi altri sono i sistemi turistici in via di definizione.

²¹ Regione Lombardia (Direzione Turismo) e Unioncamere Lombardia hanno siglato nel marzo 2005 una convenzione “per la realizzazione di azioni finalizzate allo sviluppo dell’economia e delle imprese turistiche”, da definire attraverso un Programma di lavoro annuale a cura di un Comitato tecnico paritetico di sei rappresentanti. Tra le azioni sono contemplati interventi integrati per la costituzione di sistemi turistici e il coordinamento su progetti intrerregionali.

comune interesse d'azione coordinata.

Certamente la lungimiranza delle idee e delle aspirazioni può semplificare anche il più complesso assetto normativo e riappropriarsi, con vaste azioni di consenso, di una geografia e una storia comune.

Tab. 3 - Indicatori sul turismo nell'Area Vasta. Valori assoluti. Anno 2004.

	Mantova	Rovigo	Ferrara	Ravenna	Area Vasta	% su Italia
Esercizi ricettivi	206	2.145	285	1.928	4.564	4,0
di cui alberghieri	101	64	114	562	841	2,5
di cui extra-alberghieri	105	2.081	171	1.366	3.723	4,6
Posti letto	4.242	25.780	35.612	75.220	140.854	3,3
Arrivi	157.995	238.571	436.934	1.086.215	1.922.715	2,2
di cui italiani	119.642	140.560	287.525	889.559	1.437.286	2,9
di cui stranieri	38.353	98.011	149.409	199.656	485.429	1,3
di cui alberghieri	144.432	103.569	244.933	845.786	1.338.720	1,9
di cui extra-alberghieri	13.563	135.002	192.001	243.429	583.995	3,8
Presenze	400.916	1.757.205	2.615.976	6.073.886	10.847.983	3,1
di cui italiani	312.037	1.056.552	1.565.082	4.955.869	7.889.540	3,9
di cui stranieri	88.879	700.653	1.050.894	1.118.017	2.958.443	2,1
di cui alberghieri	345.176	255.324	609.941	4.087.079	5.297.520	2,3
di cui extra-alberghieri	55.740	1.501.881	2.006.035	1.986.807	5.550.463	5,0
Permanenza media	2,5	7,4	6,0	5,6	5,6	-
di cui italiani	2,6	7,5	5,4	5,6	5,5	-
di cui stranieri	2,3	7,1	7,0	5,6	6,1	-
Occupazione media (%)*	25,9	18,7	20,1	22,1	21,1	-

* Quota di posti letto utilizzati (presenze) rispetto ai posti letto disponibili a regime di pieno utilizzo (posti letto*365)

Fonte: Elaborazione Servizio Studi e Informazione Statistica Economica su dati Istat

Tab. 4 - Indicatori sul turismo nell'Area Vasta. Quote percentuali provinciali sul totale di Area Vasta. Anno 2004.

	Mantova	Rovigo	Ferrara	Ravenna	Area Vasta
Esercizi ricettivi	4,5	47,0	6,2	42,2	100
di cui alberghieri	12,0	7,6	13,6	66,8	100
di cui extra-alberghieri	2,8	55,9	4,6	36,7	100
Posti letto	3,0	18,3	25,3	53,4	100
Arrivi	8,2	12,4	22,7	56,6	100
di cui italiani	8,3	9,8	20,0	61,9	100
di cui stranieri	7,9	20,2	30,8	41,1	100
di cui alberghieri	10,8	7,7	18,3	63,2	100
di cui extra-alberghieri	2,3	23,1	32,9	41,7	100
Presenze	3,7	16,2	24,1	56,0	100
di cui italiani	4,0	13,4	19,8	62,8	100
di cui stranieri	3,0	23,7	35,5	37,8	100
di cui alberghieri	6,5	4,8	11,5	77,2	100
di cui extra-alberghieri	1,0	27,1	36,1	35,8	100

Fonte: Elaborazione Servizio Studi e Informazione Statistica Economica su dati Istat