

COMUNICATO STAMPA
NELLA SEDE DELLA PROVINCIA DI PISTOIA VENERDI' 16
LUGLIO LA CONFERENZA DI CONCERTAZIONE PER LA
DEFINIZIONE DEL PIANO PROMOZIONALE 2005 E PER LE
LINEE DI INDIRIZZO PER IL PIANO PROMOZIONALE
TRIENNALE 2005/2007

Si svolgerà domani, venerdì 16 luglio alle ore 16, nelle sede della Provincia di Pistoia (sala conferenze piazza S. Leone, Pistoia, primo piano) la Conferenza di concertazione per la definizione del Piano promozionale 2005 e per le linee di indirizzo per il Piano promozionale triennale 2005 / 2007, con la presentazione di un documento preliminare dall'Assessore provinciale al turismo Nicola Risaliti a categorie, enti, consorzi e associazioni.

Questo documento, insieme alla bozza di piano regionale per la promozione economica del 2005, costituiranno gli elementi di dibattito che daranno poi origine al piano annuale 2005 ed al piano triennale 2005 - 2007 di promozione economica della Provincia di Pistoia.

Di seguito il documento preliminare.

PROVINCIA DI PISTOIA

*Assessorato al Turismo, Commercio, Attività promozionali, espositive e congressuali,
Servizi telematici*

**Conferenza di concertazione per la definizione
del Piano promozionale 2005
e per le linee di indirizzo per il Piano promozionale
triennale 2005 / 2007**

DOCUMENTO PRELIMINARE

Pistoia, 16 luglio 2004

PREMESSA

Le competenze assegnate a questo nuovo Assessorato definibile “per la promozione economica” rispondono alla volontà dell’Amministrazione Provinciale di sviluppare il massimo delle sinergie nella gestione di tutte quelle iniziative tese alla

promozione delle varie risorse del territorio, anche attraverso una ridefinizione e razionalizzazione degli assetti e dei ruoli nella dirigenza e nel personale assegnato ai servizi che fanno capo all'assessorato stesso, comprese le Agenzie Per il Turismo, per le quali questo processo è reso ancora più indispensabile dai meccanismi economici e giuridici della loro formazione e del loro trasferimento dalla Regione alle Province.

In particolare le APT, proprio a partire dalla professionalità sviluppata in questi anni di intenso e proficuo lavoro svolto nel campo della promozione turistica, dovranno diventare punto di riferimento organizzativo anche nei settori della promozione delle risorse agricole e delle attività manifatturiere, sviluppando utili sinergie anche e soprattutto con le strutture camerali.

Il fine di questo lavoro è quello di fornire un concreto sostegno allo sviluppo dell'economia locale nell'ambito delle dinamiche della globalizzazione, favorendo il processo di internazionalizzazione delle imprese dei settori commerciale, agricolo, artigianale ed industriale analogamente a quanto sta avvenendo nel settore del turismo, dove la ricerca dei nuovi mercati, oltre al consolidamento di quelli tradizionali, deve essere una costante del dinamismo dei settori economici e delle singole aziende.

Una attenzione particolare dovrà essere rivolta alla coltivazione dei proficui rapporti finora instaurati con il mondo americano, sia per quanto attiene ai legami istituzionali ed economici instaurati con importanti aree geopolitiche del territorio statunitense, quali le città di Washington, New York, Miami e Boston, importanti organizzazioni sociali, quali la National Italian American Foundation ed alcuni grandi operatori turistici operanti negli USA, nonché con le rappresentanze istituzionali e culturali statunitensi presenti in Italia ed in Toscana quali l'Ambasciata USA di Roma, il Consolato Generale USA di Firenze, la base militare di Camp Darby, il Consorzio (AACUPI) delle università americane che hanno sedi in Italia e tutte le sedi universitarie americane presenti in Toscana. Tutto ciò al fine di accentuare lo sviluppo dei legami di carattere culturale ed economico con quella che è sicuramente l'economia di riferimento del mondo occidentale, verso la quale si rivolgono costantemente le attenzioni e gli interessi dei nostri operatori turistici ed economici.

Analogamente a quanto avvenuto in campo turistico, i risultati di questa azione di integrazione e sviluppo promozionale dei vari settori economici e produttivi del territorio potranno essere maggiormente avvertiti se supportati da un'opera di promozione e comunicazione da rivolgere anche all'interno del territorio provinciale stesso, verso gli operatori economici ed i cittadini, che potranno così percepire e quindi sfruttare al meglio le potenzialità dei settori economici emergenti quali i nuovi segmenti turistici ambientale e culturale, le nuove frontiere del benessere e della remise en forme l'enogastronomia, l'innovazione e la ricerca produttiva nei settori agricolo, artigianale ed industriale che trovano motivazioni e spazi di crescita nell'evoluzione del mercato globale.

PARTNERSHIP E COLLABORAZIONI

Sulla scia dei rapporti di proficua collaborazione instaurati e consolidati con l'Ente Nazionale Italiano per il Turismo, è necessaria l'instaurazione di stretti rapporti anche con l'Istituto per il Commercio Estero e con il sistema Camerale internazionale quali partners indispensabili per operare su mercati per i quali sono necessarie specifiche conoscenze ed operatività locali, ma sempre maggiore importanza dovrà essere assegnata alla cooperazione territoriale fra enti (Provincia ed APT, province ed

APT limitrofe, Regione, Agenzia Regionale per la Promozione Economica, comuni, Camera di Commercio) in modo da garantire un utilizzo sinergico delle limitate risorse disponibili e della complementarità delle varie forme di offerta turistica ed economica presenti sui vari territori.

La concertazione con le organizzazioni economiche e di categoria, nonché con le aggregazioni di imprese, consentirà, infine, un collegamento diretto fra le attività promozionali e la commercializzazione delle risorse del territorio, dove la ricerca e l'instaurazione di rapporti di collaborazione con il sistema delle banche di interesse regionale dotate di uffici all'estero può facilitare l'attivazione di canali di sostegno economico e commerciale in favore delle imprese che intendono cimentarsi con i mercati esteri.

Una menzione particolare ai rapporti instaurati sul fronte promozionale con ANSALDOBREDA, rivelatasi partner strategico ed internazionalmente riconosciuto per rappresentare la qualità e l'affidabilità del "Made in Pistoia".

AGRICOLTURA E FLOROVIVAISMO

In quest'ambito lo slogan "vestire il paesaggio", che la Provincia si è data nell'orientare le proprie scelte e le proprie azioni a sostegno di questo settore, sintetizza efficacemente le strategie che dobbiamo perseguire nella logica dell'innovazione di un settore considerato di eccellenza produttiva nel mondo, ma non ancora in grado di orientare le scelte e l'evoluzione della cultura del verde, oggi più che mai interessata dai nuovi processi di ricerca tendente alla qualità del paesaggio progettato.

Attingere dalle tendenze dell'arte ambientale, per la quale si individua nell'esperienza di "Villa Celle" una delle espressioni più avanzate ed instaurare una collaborazione organica con l'esperienza "Ortus Artis" della Soprintendenza ai Beni Ambientali di Salerno ed Avellino, coordinata dal Professor Achille Bonito Oliva, rivelatasi ad oggi l'unica veramente in grado di attrarre l'interesse dei più importanti progettisti di paesaggio a livello mondiale, costituisce un serio tentativo di imporre sul mercato mondiale del verde non soltanto la qualità del prodotto pistoiese, ma anche e soprattutto la cultura della sua tradizione e la potenzialità della sua ricerca come mix capace di incidere efficacemente sull'evoluzione del mercato del verde.

Analogamente a quanto avvenuto con la realizzazione delle strade del vino, che hanno avuto un ruolo determinante nell'affermazione in campo internazionale delle valenze turistiche delle aree vinicole della nostra regione, La realizzazione e la codificazione della "strada del florovivaismo" consentirà, poi, di trasformare anche in prodotto turistico l'immenso nostro patrimonio floricolo e vivaistico sia beneficio dei visitatori interessati a questo percorso per motivi di studio e commerciali, sia alle aziende agricole del settore che potranno avere un'opportunità in più per cimentarsi anche nel campo dell'agriturismo.

Analogo ragionamento vale per la strada del vino e dell'olio e per la strada dei prodotti tipici, che sono i fase avanzata di progettazione da parte dell'Amministrazione Provinciale in collaborazione con i comuni del Montalbano e della Montagna Pistoiese, che peraltro consentiranno finalmente di colmare il gap creatosi in questi anni nei confronti delle esperienze più evolute delle aree del chianti, della costa e della lucchesia, in modo da consentirci di accedere alle risorse ed alle iniziative regionali

pianificate attraverso Promotoscana, l'Agenzia Regionale per la Promozione Economica sulla cui scia, in questo campo, potranno muoversi anche le nostre APT.

AGROALIMENTARE

Stante la ricchezza, la qualità e la tipicità dei prodotti agroalimentari che vengono prodotti sul nostro territorio, quali l'olio, il vino, il formaggio pecorino al latte crudo, i salumi, i prodotti del sottobosco ecc., ma anche la limitatezza in termini quantitativi di alcuni di essi, riteniamo utile promuoverne una commercializzazione ed un utilizzo prevalentemente locale, sfruttando la consistente presenza di strutture ricettive e della ristorazione, che così potranno proporsi in itinerari enogastronomici capaci di rispecchiare la valenza e la qualità delle nostre tradizioni culinarie.

Seguendo la stessa filosofia della tipicità locale e dell'utilizzo alimentare dei prodotti coltivati o allevati in azienda, che da noi ha fatto nascere e sviluppare consistentemente l'agriturismo l'istituzione di un "marchio di garanzia" da assegnare agli alberghi ed ai ristoranti della nostra provincia che vorranno sottoporsi all'impegno di utilizzare i prodotti tipici pistoiesi sulle loro tavole, potrà rendere più completa la percezione della "tipicità pistoiese" soprattutto da parte del milione di turisti, prevalentemente di provenienza estera, che annualmente visitano il nostro territorio, divenendo essi stessi potenziali veicoli promozionali della qualità della nostra offerta turistica e della nostra produzione agroalimentare.

Inoltre nel settore del gusto e dell'alimentazione esistono iniziative e manifestazioni di eccellenza maturate sul territorio per valorizzare nicchie economiche e produttive tipiche delle nostre zone, quali la consolidata rassegna monsummanese "Cioccolosità" e l'emergente polo aglianese del gusto, nate più o meno spontaneamente a livello locale ma che adesso meritano un interesse ed un impegno istituzionale di più ampio livello per favorirne lo sviluppo ed accrescere le interessanti prospettive economiche e di espansione settoriale che da esse derivano.

MASS MEDIA

Un ruolo strategico per la promozione del territorio viene attribuito alla possibilità di richiamarvi l'attenzione del mondo dei mass media e delle televisioni nazionali, con la quali esistono proficui e consolidati rapporti instaurati attraverso la politica dell'assistenza e dell'ospitalità come importante valore aggiunto alle valenze culturali ed ambientali delle nostre risorse territoriali.

Va in questa direzione anche la volontà di dotarsi di una moderna ed efficiente "Film commission" che, oltre ad inserirsi nelle linee programmatiche e nelle azioni di sostegno economico dell'Amministrazione Regionale, che da tempo crede ed investe fattivamente nelle potenzialità mediatiche e promozionali della produzione cinematografica e televisiva, consenta anche di valorizzare il grande patrimonio culturale accumulatosi sul nostro territorio attraverso una costante e continua presenza di personalità e produzioni del cinema e della televisione, ed al tempo stesso di valorizzare ulteriormente il consistente patrimonio culturale lasciato a Pistoia dal regista appunto pistoiese Mauro Bolognini.

ATTIVITA' ESPOSITIVE E CONGRESSUALI

La ricerca di sinergie fra la promozione turistica e lo sviluppo delle attività espositive consentirà di valorizzare al meglio le importanti esperienze esistenti come l'Arts and Crafts, anche attraverso una sua estensione territoriale verso il polo turistico-termale di Montecatini, realizzando, nelle sue più rappresentative strutture termali, una sezione specifica dedicata alle aziende operanti nel settore del fitness, del benessere e della bellezza, motivando, attraverso la formula del biglietto unico, l'attivazione di flussi di visitatori turisti e termalisti presenti a Montecatini verso la Città di Pistoia ed il suo centro espositivo, dove saranno presenti gli stand delle aziende più rappresentative dei settori produttivi della provincia. La sezione Montecatinese dell'Arts and Crafts potrà potenzialmente evolvere verso una vera e propria fiera delle attrezzature e dei servizi per il termalismo ed il benessere che, opportunamente raccordata con la Borsa del Turismo Sportivo, potrà rivelarsi in grado di attrarre l'attenzione degli operatori turistici ed economici in campo internazionale interessati all'evoluzione del settore.

Per quanto attiene allo sviluppo del turismo congressuale, efficacemente impostato a Montecatini grazie alla presenza di strutture importanti come il Palazzo dei Congressi ed il Centro Congressi Vittoria, oltre ad altre minori ma comunque importanti strutture, non può prescindere dall'attuazione della fase due del Convention Bureau, la cui evoluzione in società pubblico-privata di tipo promozionale e commerciale gli consentirà di concorrere alla gestione del nuovo auditorium di Montecatini, i cui lavori di completamento sono stati finalmente appaltati, determinando il definitivo decollo di un segmento turistico, quello congressuale, universalmente ritenuto strategico e sinergico con il turismo termale.

TERMALISMO

Sul fronte del turismo termale, stante la valenza economica e sociale di ampio livello territoriale delle terme di Montecatini, anche in relazione allo sviluppo dell'innovativo polo termale di Monsummano, è importante la ricerca di forme di collaborazione e coinvolgimento di tutta la filiera istituzionale (Regione, Provincia e Comune) nella proprietà e nella pianificazione delle strategie di sviluppo degli stabilimenti termali montecatinesi.

La Regione, infatti, pur mantenendo un consistente impegno nella compagine proprietaria delle Terme di Montecatini tale da consentirgli di pianificarne al meglio le strategie di rilancio e di sviluppo sul piano internazionale quale polo di eccellenza dell'offerta termale della Toscana, dovrà valutare la possibilità di un ingresso della Provincia nella compagine proprietaria delle terme, analogamente a quanto avvenuto in altre strutture termali di proprietà pubblica, realizzando, così, il massimo di sinergie con le competenze promozionali della Provincia stessa, mentre il Comune, che detiene il primato delle competenze amministrative sul proprio territorio, potrà agevolare la fase di rilancio del termalismo anche attraverso la definizione di forme di sostegno economico agli investimenti innovativi, al rilancio della ricerca scientifica sulle qualità terapeutiche delle acque termali ed alla gestione, che da totalmente privata potrebbe trasformarsi in pubblico-privata, il tutto attraverso l'attuazione di forme di federalismo fiscale tramite l'istituzione di una tassa di scopo non finalizzata ad applicare inutili

balzelli ai turisti ed alle strutture commerciali e ricettive, ma ad alimentare un flusso economico costante e garantito a sostegno delle attività termali che potranno così tornare ad essere, come in passato, il volano economico della Città.

Con queste premesse potremo così procedere verso una parziale revisione del modello gestionale delle Terme di Montecatini, di tipo, appunto, pubblico privato e sicuramente più ancorato al territorio, dove l'impresoria locale potrebbe candidarsi, insieme all'Amministrazione Comunale, a rilevare una parte consistente, sicuramente maggioritaria del pacchetto azionario dell'attuale gestore, ad oggi rivelatosi non sufficientemente motivato ad attuare gli investimenti previsti dal piano industriale e quindi, potenzialmente interessato ad un alleggerimento della propria posizione.

POTENZIAMENTO DELLA STRUTTURA RICETTIVA

L'avvento dell'agriturismo, che ha visto nascere oltre 100 nuove aziende in pochi anni con un trend di crescita fra i più alti a livello nazionale, la nascita di una miriade di attività di ristorazione sia nelle città che nei centri abitati minori, lo sviluppo sul territorio delle attività di Bed And Breakfast, la nascita di nuove strutture ricettive sia nel settore alberghiero che extralberghiero sommati all'interruzione dell'emorragia di strutture ricettive che da alcuni anni ha interessato in particolar modo la città di Montecatini, convalidata dalla mancanza di richiesta degli svincoli alberghieri prevista dai nuovi strumenti urbanistici di quella Città, testimoniano le aspettative di crescita che in questi tempi sono maturate nel settore turistico, oramai unanimemente considerato anticongiunturale ed alternativo rispetto al declino dell'economia tradizionale. Gli stessi trend di crescita delle presenze turistiche, soprattutto dall'estero, in questi ultimi anni incoraggiano lo sviluppo degli investimenti in questo settore. Occorre allora che le aree turistiche a maggiore potenziale di sviluppo come il Montalbano, la Città di Pistoia ed alcune zone della Montagna Pistoiese vengano adeguatamente supportate dalla programmazione istituzionale per favorire l'avvento di questa nuova e promettente economia.

La previsione urbanistica di nuove strutture ricettive e servizi per il turismo in questo senso può fornire una credibile risposta al declino economico locale, non soltanto attraendo investimenti privati e fornendo concrete opportunità di lavoro ma, soprattutto in campagna e nelle zone montane, creando le condizioni per una rivitalizzazione dei contesti sociali in cui esse vanno ad insediarsi, e divenendo esse stesse non elementi di degrado del paesaggio, ma presidi umani "compatibili" con il paesaggio stesso, a garanzia del suo mantenimento.

I SERVIZI TELEMATICI L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA E COMUNICATIVA

Lo sviluppo delle tecnologie della comunicazione rende sempre più facile l'accesso alle informazioni ed il dialogo commerciale, pubblicitario, istituzionale ecc. con i vari interlocutori del territorio e gli operatori del mercato.

La facilità con la quale si riescono a fornire informazioni abbondanti e complesse attraverso internet consente a qualunque azienda di collocarsi sul mercato con investimenti minimi dal punto di vista pubblicitario e promozionale, mentre la

celerità di reperimento delle informazioni istituzionali tende a snellire i tempi di attesa e le procedure occorrenti per la formazione e lo sviluppo delle nuove imprese.

In quest'ottica l'Amministrazione Provinciale ha investito in questi anni nello sviluppo della rete civica e dei servizi telematici ed oggi la gran parte delle procedure amministrative sono attuabili e supportate dal servizio telematico della Provincia.

Anche la promozione turistica di tipo statico ha avuto un salto di qualità con la realizzazione del portale turistico (turismo.provincia.pistoia.it).

Adesso possiamo estendere questa opportunità alla promozione economica in generale, dove, sulla scia della nascita del portale economico della Regione, attraverso uno stretto coordinamento e collaborazione con la Camera di Commercio, con gli Enti Locali, con le APT e con le categorie economiche e sindacali potrà essere finalmente realizzato un portale unico dell'economia pistoiese, da pubblicizzare adeguatamente sui mercati internazionali in modo da renderlo veramente operativo e di supporto per lo sviluppo dell'economia pistoiese.

L'Assessore
Arch. Nicola Risaliti

Pistoia 15 luglio 2004