

# L'INTERVISTA/ L'assessore provinciale punta sui "sistemi locali"

## La Prestipino rilancia il turismo

### E bocchia il Parco a tema di Alemanno

A PAGINA 5



Contraria al Parco a tema sull'Impero romano proposto da Alemanno: "Sarebbe un feticcio"

## "Il rilancio del turismo passa per la promozione dei sistemi locali"

*La ricetta dell'assessore Patrizia Prestipino per valorizzare il settore*

VALORIZZARE il patrimonio naturale, artistico e culturale della provincia di Roma, senza illudersi che il rilancio del turismo possa verificarsi solo attraverso la realizzazione di grandi opere infrastrutturali. E' questa la convinzione di Patrizia Prestipino, che da assessore provinciale alle Politiche del Turismo illustra la sua ricetta per rivitalizzare un settore in difficoltà.

**Assessore quanto ha pesato la crisi sul settore turistico?**

"La crisi ha pesato soprattutto nel settore turistico come dimostrano i dati di questi primi tre mesi del 2010. A Roma e provincia si registra un calo di presenze sia in termini di incoming che di permanenza, fatta eccezione per i periodi delle festività, con un conseguente grave danno per l'industria turistica: albergatori e ristoratori in primis".

**Quali misure è opportuno adottare per un rilancio del turismo a Roma e provincia?**

"La consolidata flessione del turismo a Roma è una

questione complessa e deve essere affrontata con interventi strutturali che tengano conto dei diversi elementi in gioco. In un mercato globalizzato, come quello attuale, è dimostrato che un fattore determinante di successo per qualsiasi settore è il territorio in cui si opera, inteso non solo come elemento ambientale fisico ma, sempre di più, come grande contenitore di valori e di potenzialità. Da questo punto di vista quello tra turismo e territorio è un legame forte, indissolubile, sia dal punto di vista paesaggistico, ma anche e soprattutto da quello economico: il valore aggiunto attivato da questo settore resta infatti per lo più sul territorio che lo ha generato. Tenuto conto di ciò e considerato che gli operatori del settore sono costituiti da piccole e medie imprese che non hanno certo i mezzi e le risorse anche umane per conoscere il mercato, per fare promozione, è chiaro come non sia sufficiente definire un modello di sviluppo fon-

dato quasi esclusivamente su grandi opere infrastrutturali, sicuramente di grande visibilità, anche politica, ma troppo simili a operazioni meramente immobiliari. E' questo un modello di sviluppo di un Paese che vuole rivendersi quello che non ha come accade, ad esempio a Las Vegas dove si fa nuovo turismo replicando le piazze medievali italiane, le calli veneziane, i fori romani. Roma e la sua provincia non hanno bisogno di falsi, hanno un patrimonio naturale enor-



me tatto di cultura, di tradizioni, di storia, di monumenti, di gente, di sapori che va semplicemente valorizzato e messo sul mercato con tecniche e capacità appropriate, in grado di coniugare coerentemente tutte le numerose componenti del settore".

**Che iniziative ha adottato l'amministrazione provinciale per promuovere l'offerta turistica nel litorale romano e nei paesi della Provincia?**

"Come Provincia di Roma, ci stiamo muovendo proprio in questa direzione: il territorio come fattore di sviluppo fondamentale del turismo incentivando, ad esempio, la creazione di quelli che la riforma della legge quadro chiama sistemi turistici locali che dobbiamo far diventare una marca dell'ospitalità di qualità in cui tutti gli operatori, vecchi e nuovi, privati e pubblici, si impegnino a collaborare nella individuazione e applicazione del metodo idoneo alla qualificazione dei prodotti turistici dell'area esclusivi e a forte identità. Se sarà così, allora diventerà più facile dirottare sui sistemi territoriali locali e sulle attività di riqualificazione di tutti i centri urbani, anche quelli minori, risorse e programmi che, invece, o sono destinati altrove o restano inevasi.

Per quanto riguarda la promozione e la valorizzazione delle coste della provincia di Roma abbiamo realizzato la campagna di promozione turistica 'AMare' che mira a promuovere le bellezze del litorale di Roma e provincia. La campagna presentata lo scorso anno ad Ostia ha compreso la realizzazione di 50mila folder informativi distribuiti

presso i luoghi di maggiore aggregazione e nelle scuole e un video promozionale con le attrazioni e le peculiarità della provincia di Roma, da Tor Caldara fino a Civitavecchia, tradotto anche in inglese che è stato presentato e distribuito nelle principali fiere turistiche internazionali".

**Lei è anche assessore allo sport. In che modo i grandi eventi sportivi possono contribuire ad attirare i turisti nel territorio provinciale?**

"Per quanto mi riguarda, senza voler trascurare i grandi eventi sportivi oppure la realizzazione di grandi manifestazioni che hanno un loro indubbio e importante risvolto turistico, anche in termini di indotto economico, ritengo sia importante impegnarsi per tutto quel mondo associazionistico che lavora dalla base e; quindi, sul territorio e per il territorio. Sono queste realtà che, pur svolgendo una vera e propria missione sociale, trovano spesso difficoltà e che, per questo, devono trovare nelle istituzioni un forte alleato".

**Crede che i Parchi a tema possano rappresentare una soluzione credibile per rilanciare il turismo?**

"I parchi a tema nel mondo sono grandi attrattori turistici se il territorio in cui vengono realizzati è povero di attrazioni naturali. Prendiamo ad esempio la questione di un Parco a tema sull'Impero Romano: la mia posizione di contrarietà non è mai stata relativa al suo grado di attrazione turistica quanto, piuttosto, all'opportunità di costruire un feticcio della storia della nostra città invece di porre in essere serie e valide politiche di valorizzazione delle straordinarie ricchezze esistenti".

**L'assessore provinciale alle Politiche del Turismo**

**Patrizia Prestipino**

