

# 1 Il distretto Teramano

## 1.1) Premessa

Nel presente elaborato si propone la creazione di un sistema turistico locale (STL) sull'attuale area geografica della provincia di Teramo ed alcune porzioni territoriali ad essa limitrofe, secondo quanto stabilito dall'articolo 5 della recente legge quadro in materia turistica datata 29/03/2001 n°135.

All'interno di suddetto articolo la legge definisce i STL come *“contesti turistici omogenei comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a regioni diverse, caratterizzati dall'offerta integrata di beni culturali e di attrazioni turistiche, compresi i prodotti dell'agricoltura e dell'artigianato locale, o dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate...”*

L'attuale provincia di Teramo potrebbe essere definita un “distretto potenziale” in quanto provvista di strutture turistico-ricettive di vario genere ed è presente sulla scena nazionale con un proprio logo e un proprio programma di promozione turistica diverso da quello della regione Abruzzo.

Il sistema turistico locale proposto nel seguente elaborato prende in considerazione la porzione di territorio costiero composto dai comuni di Martinsicuro, Alba Adriatica, Tortoreto, Giulianova, Roseto degli Abruzzi, Pineto e Silvi, ed i comuni dell'immediata entroterra come Atri, Castelli, Campi, Civitella del Tronto, Isola del Gran Sasso, e la città di Teramo; quest'ultima categoria di comuni sono contraddistinti ognuno da origini antichissime.

Da un'analisi ambientale si evince come le caratteristiche dei comuni della **costa** Teramana siano praticamente simili per conformazione geologica e tipologia di segmento turistico che si è in grado di ospitare: il territorio è pianeggiante e caratterizzato da spiagge sabbiose di facile accesso nelle quali si sono previste aree limitrofe riservate al posteggio di auto e moto che ne facilitano ulteriormente la fruibilità. Tali comuni sono caratterizzati da un'elevata capacità ricettiva, in particolare extra-alberghiera, alla quale si aggiunge la presenza di strutture turistico ricettive coadiuvate dall'esistenza di

attrezzature a supporto delle direttive di eco – sostenibilità ambientale che collocano i comuni del litorale Teramano ai vertici tra quelli del bacino Adriatico.

Gli ingenti investimenti in materia ambientale effettuati dalla provincia che hanno consentito di ottenere importanti riconoscimenti in merito di tutela dell'ambiente; secondo quanto reso noto da un'indagine effettuata dalla Fondazione Europea per l'Educazione Ambientale (FEEE) che assegna le bandiere blu, nel 2002 si è stilata una graduatoria delle località balneari Adriatiche più pulite: in questa speciale classifica<sup>1</sup> il primo posto lo occupa Cattolica (RN), seguita da Numana (An) e Cervia (Ra), mentre la prima località abruzzese, nona nella classifica generale, è Alba Adriatica (Te) che precede altre località come Roseto degli Abruzzi (TE), Tortoreto (Te) rispettivamente al 24° e 25° posto, seguono poi al 33° e 44° posto i comuni di Silvi (Te) e Vasto (Ch); a conferma del buon lavoro effettuato dall'amministrazione provinciale durante questi anni.

I comuni dell'**entroterra** sono invece molto diversi per origini storiche, tradizioni, folclore e beni artistici di propria produzione, come nel caso del comune di Castelli<sup>2</sup>, dove l'artigianato nasce da pratiche secolari la cui eredità vive in botteghe e laboratori nei quali gesta antiche modellano materiali per mezzo dei quali si mantengono intatti la memoria ed il valore artistico – simbolico del posto creando un'atmosfera “particolare” come se si fosse all'interno di un museo storico delle genti d'Abruzzo.

Dalla variegata conformazione geologica, si può notare la presenza di bellezze naturali alquanto rare come i “calanchi” nei pressi del comune di Atri, “gli eremi del Saliniello” nel comune di Civitella del Tronto, “le cento cascate” nei monti della Laga, oltre alla presenza del vicino Parco Nazionale del Gran Sasso.

Nel corso degli anni passati si sono susseguite diverse proposte riguardanti la possibile ripartizione geografica che la regione Abruzzo dovrebbe adottare nel caso si proceda alla creazione di STL; nello specifico sono state avanzate

---

<sup>1</sup> Per ogni località è stata fatta la media tra i valori di tre indicatori: balneabilità, trattamento dei rifiuti, depurazione delle acque di scarico.

<sup>2</sup> Famosa per la produzione di ceramiche artigianali.

diverse soluzioni che hanno visto l'attuale provincia di Teramo divisa in tre diversi sistemi turistici locali<sup>3</sup>.

L'idea personale è che l'eventuale creazione di un STL Teramano dovrà coinvolgere gran parte della porzione di territorio della provincia stessa, prevedendo l'inserimento di alcune aree del "Parco Nazionale del Gran Sasso e dei Monti della Laga" ad essa limitrofe, affinché l'offerta turistica possa risultare quanto più adeguata e rispondente alle mutevoli esigenze dei turisti.



Figura 1.1: il STL proposto per la provincia di Teramo

Si è pienamente consapevoli della diversità degli ambienti coinvolti nell'impostazione strategica del distretto in questione che per alcuni versi si contrastano le direttive della legge quadro menzionata precedentemente nella quale si fa esplicitamente riferimento *all'omogeneità* dei territori coinvolti, ma l'evoluzione del turismo da un lato, e la situazione socio – economica di alcuni comuni dell'entroterra Teramano dall'altro impongono delle riflessioni in merito:

Nel corso degli anni, all'interno della provincia di Teramo, si è spesso assistito a tentativi "isolati" di promozione turistica da parte di alcuni comuni, i quali hanno seguito un approccio incentrato più sul "*carpe diem*" anziché su interventi diretti e programmati quali parte integrante di una pianificazione strategica del territorio, creando una frammentazione della promozione turistica sia per le finalità di ciascun progetto, che per l'effettivo indebolimento della capacità comunicativa che il territorio

<sup>3</sup> Ipotesi ACI/Censis, 9/2001.

avrebbe potuto raggiungere e che non ha mai ottenuto per via della suddivisione dei fondi a disposizione; l'unione delle disponibilità economiche nella realizzazione di un unico progetto di sviluppo turistico avrebbe assicurato migliori *performance*.

Il prodotto “mare” ha raggiunto ormai un livello di maturità tale che oltre ad essere caratterizzato da un'offerta turistica del tutto simile a quella presente in altre località Adriatiche direttamente concorrenti, non consente ulteriori sviluppi dei flussi turistici; l'attuale promozione coordinata alla pianificazione di manifestazioni e/o creazione di altri prodotti turistici fruibili anche nell'immediato entroterra, garantirebbe un arricchimento dell'attuale promozione turistica e un'ulteriore diversificazione della stessa rendendola unica rispetto ad altre località costiere.

Nel corso degli anni l'aumento demografico, influenzato dall'avanzare del fenomeno turistico, ha interessato principalmente le località della costa con il conseguente spopolamento dei comuni dell'entroterra; negli anni sono stati approntati investimenti sostanziali nella creazione di industrie siderurgiche e manifatturiere che potessero scongiurare il lento fenomeno dello spopolamento dei piccoli agglomerati urbani e rilanciare l'economia della zona, problemi questi che in alcuni casi attendono una risoluzione.

Il parere è che il potenziamento dei traffici turistici in zone poco conosciute dai vacanzieri attuali, attraverso la creazione di nuovi prodotti, nuove forme comunicative di promozione, e la pianificazione di fondi di finanziamento per piccole e medie imprese turistiche che intendano esercitare in suddetti comuni, potranno contribuire al rilancio economico – sociale di realtà urbane in fase di spopolamento.

In definitiva il nodo centrale non deve essere l'ambito geografico del STL, piuttosto i progetti che saranno ideati per questa nuova forma di promozione turistica, applicando ad essi i criteri del marketing territoriale sulla pianificazione, la salvaguardia del territorio secondo principi di eco-sostenibilità, e nuove forme di promozione che puntano sulla professionalità e sulla qualità del messaggio comunicativo.

Le principali caratteristiche che la creazione di un STL darà all'attuale provincia di Teramo saranno:

Contribuirà alla semplificazione ed alla ripartizione delle responsabilità tutt'ora distribuita in un eccessivo numero di enti pubblici.

Darà la possibilità di aggregare soggetti e prodotti diversi, offrendo la possibilità a località attualmente ai margini di ampliare i propri flussi turistici.

Sarà punto di partenza per forme di programmazione integrata a beneficio dello sviluppo e dell'occupazione dell'area, contribuendo alla costituzione di servizi di appoggio e marketing nei confronti delle imprese coinvolte.

La creazione di un STL imporrà una riorganizzazione territoriale, del tipo:

Il STL non dovrà solo occuparsi di promozione e valorizzazione dei beni del territorio, ma anche della qualità dello stesso e degli interventi sul prodotto o sulla filiera produttiva affinché si possa assicurare un'adeguata fruizione dello stesso.

Il STL favorirà l'appartenenza dei vari soggetti coinvolti ad un sistema di "marca", vale a dire ad un sistema condiviso riconducibile all'immagine del luogo, favorendo la percezione e la conoscenza anche al di fuori dei confini regionali.

La creazione di un programma unico di sviluppo dovrà portare alla condivisione di parametri di qualità, per i quali si dovrà riscontrare un impegno sia da parte degli operatori che anche delle istituzioni nell'applicare metodi idonei alla qualificazione dei prodotti turistici dell'area.

La ricerca di budget per la creazione di STL dovrà essere continua e aperta a finanziamenti di vario genere<sup>4</sup>, senza accontentarsi di fondi sufficienti alla sola creazione di materiale pubblicitario.

La creazione di un STL darà la possibilità alla provincia di Teramo di rilanciare la propria offerta turistica distinguendola da quella di altre località direttamente concorrenti; la globalizzazione del mercato turistico e le nuove

---

<sup>4</sup> Pubblici, privati, donazioni, ecc.

tendenze in atto hanno man mano accresciuto il numero delle destinazioni “simili per finalità turistiche”, a tal punto che si dovrà affrontarla attraverso politiche di differenziazione dell’offerta<sup>5</sup> piuttosto che politiche di prezzo, le quali hanno portato negli anni passati al fenomeno dell’obsolescenza delle strutture esistenti ed a volte sono risultare “nocive” alle economie delle singole aziende.

La competitività di una destinazione nasce dall’interazione sinergica tra le risorse attrattive primarie<sup>6</sup> e le infrastrutture che ne agevolano la fruizione<sup>7</sup>, ed è in questo senso che la competitività di una destinazione si costituisce a livello di distretto turistico programmando il territorio secondo fini turistici e intervenendo dove necessario.

Per una migliore interpretazione del fenomeno turistico dell’area fin qui considerata al fine di poter redarre un profilo riguardante gli interventi da apportare, verranno elaborati i dati relativi ad aspetti quali - quantitativi della provincia di Teramo confrontati con altre realtà limitrofe.

## **1.2) Il turismo nella provincia di Teramo**

Attraverso indagini sul fenomeno turistico Abruzzese, condotte dalla Direzione turismo, ambiente, energia presso la Regione Abruzzo, si è giunti alla stima dei dati economico-strutturali della Provincia di Teramo e complessivamente della Regione Abruzzo; alcuni di essi sono stati riportati nella seguente tabella e possono essere interpretati se confrontati con i valori indice delle regioni del Centro Italia<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup> Nelle quali sarà fondamentale l’apporto dei comuni dell’entroterra.

<sup>6</sup> Naturali, umane, artificiali.

<sup>7</sup> Imprese turistiche, le industrie complementari e di supporto a quella turistica, la popolazione residente.

<sup>8</sup> Toscana, Marche, Abruzzo, Umbria, Lazio; dati ottenuti da indagini ISTAT 2001.

	2001		
	Provincia di Teramo	Abruzzo	Centro Italia
Popolazione residente	287.411	1.244.226	13.800.000
Posti letto totali	45.602	94.905	1.153.926
N° Strutture ricettive	486	1.258	15.945
Tot. Arrivi	426.647	1.320.000	23.283.000
Tot. Presenze	3.384.402	6.676.000	86.226.000
T.c.f.r. <sup>9</sup>	<b>15.86%</b>	<b>7.63%</b>	<b>8.36%</b>
D.m.o. <sup>10</sup>	<b>93.83</b>	<b>75.44</b>	<b>72.36</b>
T. turisticità <sup>11</sup>	<b>11.77</b>	<b>5.37</b>	<b>6.24</b>

In effetti la stima delle presenze/annue effettive nella regione Abruzzo<sup>12</sup>, compresa la provincia di Teramo, ammonterebbero a circa 17.5 milioni, tale da rilevare una “ammancio” di circa undici milioni di presenze dovute all’esistenza del fenomeno della ricettività “para – alberghiera” che ricopre circa i 4/5 della ricettività totale creando non solo problemi di irregolarità, data dalla mancata registrazione al R.E.C., ma anche dall’eccessiva dipendenza dello sviluppo regionale da forme di accoglienza difficilmente gestibili nei processi di erogazione e promozione degli attuali servizi turistici.

I dati raccolti mostrano la scarsa attrattività dell’Abruzzo se paragonato ad altre regioni del centro Italia, considerando che al di là del fenomeno del “sommerso”, la regione ricopre l’ultimo posto in ordine di arrivi e presenze; segno evidente che i flussi turistici Abruzzesi godono di scarsa dinamicità e gli incrementi dei flussi registrati negli ultimi anni<sup>13</sup> non devono trarre in inganno accelerando anzi la pianificazione di un adeguato piano di sviluppo turistico regionale e provinciale che incrementi l’attuale quota di mercato abruzzese.

Gli **indici** e i **tassi di turisticità** considerati nel precedente schema, illustrano brevemente l’attuale composizione del turismo Abruzzese: se da un lato i valori della regione non divergono dal centro Italia, se non per valori minimi, piuttosto è la provincia di Teramo che manifesta un dinamismo turistico

<sup>9</sup> Tasso composto della funzione ricettiva [ (n°posti letto/popolazione residente nell’area)\*100]

<sup>10</sup> Dimensione media dell’offerta [ n°posti letto/n°strutture]

<sup>11</sup> Tasso di turisticità [ n°presenze in un’area T/ popolazione residente nell’area T]

<sup>12</sup> Fonte: Ufficio rilevazioni statistiche regione Abruzzo.

<sup>13</sup> Fonte: Rapporto 2001 del movimento turistico in Abruzzo, a cura di Quirino Morelli.

piuttosto sorprendente, facendo registrare dei valori superiori su quasi tutti i parametri statistici considerati, eccezion fatta per l'indice di utilizzazione media il quale si attesta su valori simili a quelli nazionali. Nel dettaglio si può notare come la provincia di Teramo si distingua per una capacità ricettiva e una dimensione media delle strutture presenti di gran lunga superiore ai valori regionali e nazionali; si è stimato infatti che la costa Teramana ospiti circa il 58% dell'intero flusso turistico regionale nell'arco di un anno solare.

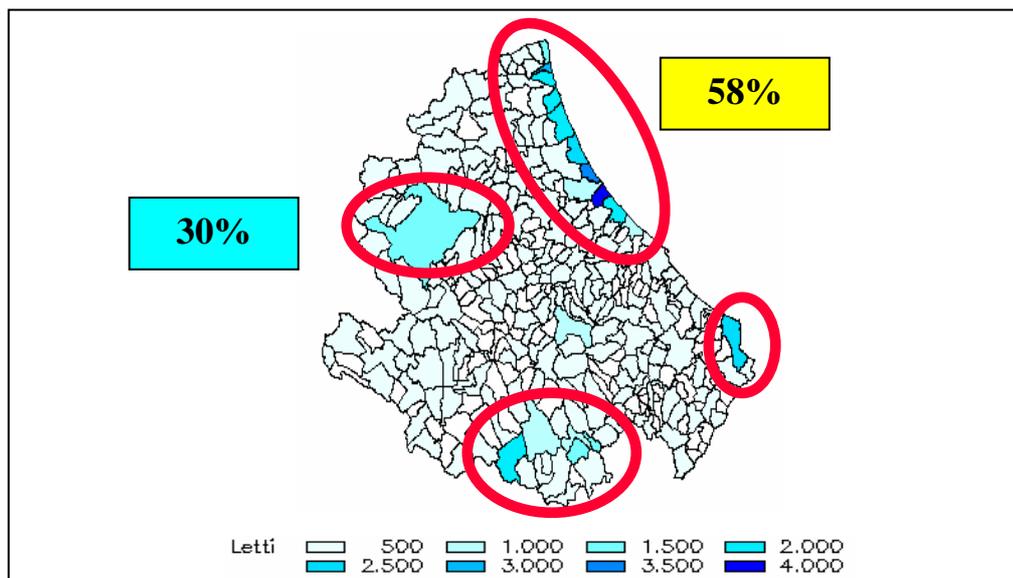


Figura 1.2 realizzato da Quirino Morelli, responsabile del Rapporto 2001 a cura della direzione turismo, ambiente, energia della Regione Abruzzo.

Di seguito sono proposte analisi quali/quantitative riguardanti la capacità ricettiva ed i flussi turistici della provincia di Teramo rapportati a quelli registrati nelle altre province Abruzzesi.

### 1.3) Analisi della domanda turistica

I dati a disposizione si riferiscono agli arrivi e presenze nel 2001, e mostrano la composizione della domanda nella provincia di Teramo e nelle restanti province Abruzzesi, confrontate con i dati monitorati dall'ISTAT a livello

nazionale, quest'ultimi ulteriormente frazionati<sup>14</sup> per meglio cogliere le evidenze nei vari comparti territoriali oggetto di indagine.

	Provincia di Teramo		Abruzzo		Centro Italia	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
% Italiani	81.38	80.21	86.49	84.7	51.42	56.1
% Stranieri	18.62	19.79	13.5	15.29	48.58	43.9
<b>Permanenza media Italiani</b>	<b>7.82</b>		<b>4.95</b>		<b>4.04</b>	
<b>Permanenza media Stranieri</b>	<b>8.43</b>		<b>5.72</b>		<b>3.35</b>	

Analizzando la provenienza dei turisti si nota facilmente come vi sia una netta superiorità della rappresentanza italiana sia in Abruzzo che nella provincia di Teramo rispetto alla componente straniera, a dimostrazione della minore incisività della promozione regionale e provinciale verso i mercati esteri; **l'indice di permanenza media** nel comparto straniero mostra un valore più elevato segno che le distanze geografiche esistenti e l'esigua disponibilità di mezzi di trasporto a lungo raggio di percorrenza, spingono i turisti stranieri ad una maggiore permanenza una volta raggiunta la regione. Questa conclusione deve evitare di trarre in inganno poiché seppure si riesce in questo modo ad "trattenere" turisti e vacanzieri d'altra nazionalità, contemporaneamente induce molti di loro nel rifiutare di scegliere l'Abruzzo come meta delle proprie vacanze.

Dal confronto del medesimo indice riferito ai turisti Italiani nelle tre aree geografiche di riferimento, si nota che è maggiore nella provincia di Teramo e ciò può essere spiegato da diversi fattori:

La notevole presenza di seconde case ad uso turistico nelle diverse località balneari e montane, le quali risultano essere di proprietà di un consistente

<sup>14</sup> All'interno della domanda nazionale si è voluto distinguere quella relativa al Centro Italia composto dalle regioni: Toscana, Marche, Abruzzo, Umbria, Lazio.

numero di clientela abituale che fa ritorno in Abruzzo spinti, nella maggior parte dei casi, da legami familiari<sup>15</sup>.

La presenza di locali notturni lungo la costa del Teramano spinge una notevole quantità di clientela proveniente da località limitrofe regionali ed extra – regionali, con età compresa tra i 18 – 40 anni, nel voler trascorrere *week-end* all'insegna del relax e del divertimento notturno<sup>16</sup>.

Di seguito si sono scomposti i valori della domanda turistica in Alberghiera e complementare, ed è stato proposto un confronto delle variazioni registrate in ambito provinciale, regionale e nazionale.

<b>Arrivi</b>			
	<b>Provincia Teramo Variaz. 1997/2001</b>	<b>Regione Abruzzo Variaz.1997/2001</b>	<b>Centro Italia Variaz.1997/2001</b>
<b>Alberghi</b>			
Italiani	<b>27.1%</b>	<b>24%</b>	13.3%
Stranieri	<b>26.4%</b>	<b>32.4%</b>	16.9%
<b>Esercizi Complementari<sup>17</sup></b>			
Italiani	<b>(-1.3%)</b>	<b>5.1%</b>	30.1%
Stranieri	52.8%	55.4%	45.2%
<b>Totale</b>	<b>21.2%</b>	<b>23.4%</b>	<b>4.1%</b>

<sup>15</sup> Rapporto C.R.E.S.A. sul turismo Abruzzese 2001.

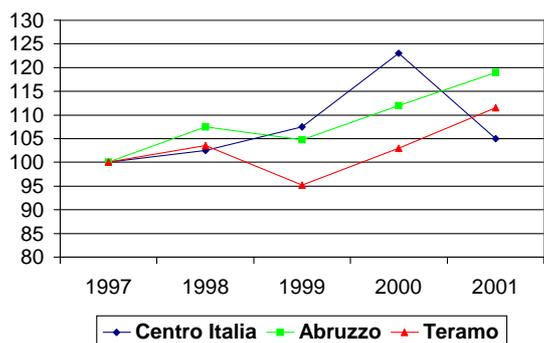
<sup>16</sup> Fonte: esperienza personale nel posto.

<sup>17</sup> Campeggi, villaggi turistici, alloggi in affitto iscritti al R.E.C., alloggi agro – turistici, altri esercizi.

<b>Presenze</b>			
	<b>Provincia Teramo Variaz. 1997/2001</b>	<b>Regione Abruzzo Variaz.1997/2001</b>	<b>Centro Italia Variaz.1997/2001</b>
<b>Alberghi</b>			
Italiani	26%	28.5%	22.8%
Stranieri	23.7%	30.5%	27.7%
<b>Esercizi Complementari</b>			
Italiani	<b>(-11%)</b>	<b>(-7%)</b>	17.9%
Stranieri	46%	50.9%	52%
<b>Totale</b>	<b>11.3%</b>	<b>18.9%</b>	<b>5.1%</b>

Si può dedurre che l'evoluzione turistica della provincia di Teramo e della Regione Abruzzo non rispecchi l'andamento della domanda delle regioni limitrofe, anzi il settore alberghiero ha fatto registrare notevoli incrementi della domanda di turisti italiani e stranieri raggiungendo sviluppi che sembravano impensabili fino a qualche anno fa; contemporaneamente si è assistito alla perdita di interesse, da parte del pubblico Italiano verso strutture ricettive di tipo "complementare" che oltre ad non aver seguito l'evoluzione delle regioni limitrofe, ha subito perdite di clientela nazionale, mantenendo però una certa quota di turisti stranieri che sembra apprezzare maggiormente il tipo di offerta turistica, dato che in esse è possibile ritrovare aspetti storico – didattici sulle genti e le usanze del posto.

Quello che segue è uno schema riassuntivo sulle variazioni percentuali della domanda turistica Teramana, Abruzzese e Nazionale.



La domanda del centro Italia ha raggiunto il suo picco nel 2000, anno della manifestazione giubilare in Roma, facendo poi registrare decrementi della domanda turistica dovuti a diversi fattori sociali che si è avuto modo di elencare nella sezione d'introduzione del presente elaborato; il punto di flesso negativo della regione Abruzzo e della provincia di Teramo lo si è registrato nel 1999, anno in cui la promozione turistica della regione ha subito dei rallentamenti burocratici<sup>18</sup>, ma che ha saputo arginare e risolvere per tempo in occasione della manifestazione giubilare del 2000, anno in cui si sono riscontrate delle variazioni positive dei flussi turistici che sono poi continuati anche nell'anno seguente, discostandosi (in parte) dal trend turistico internazionale.

### *1.3.1) La provenienza dei flussi turistici<sup>19</sup>*

In questa sezione si sono ripartiti i flussi turistici regionali e provinciali, distinguendo la provenienza dei turisti italiani e la provenienza di quelli stranieri.

<sup>18</sup> Fonte: Dati sintesi sul turismo regionale Abruzzese anno 1999, a cura dell'osservatorio regionale sul turismo.

<sup>19</sup> Dati ottenuti da ricerche effettuate dall'osservatorio regionale sul turismo Abruzzese, anno 2001.

<b>Principali località di provenienza dei turisti Italiani</b>	<b>Provincia di Teramo % sul totale arrivi</b>	<b>Abruzzo % sul totale arrivi</b>
<b>Lazio</b>	20.4	21
<b>Lombardia</b>	21.9	14.4
<b>Abruzzo</b>	9.6	9.4
<b>Campania</b>	5.2	11.4
<b>Puglia</b>	5.1	9.5
<b>Emilia Romagna</b>	7.9	6.4
<b>Piemonte</b>	5.8	4.4
<b>Altre regioni del centro</b>	10	10.2
<b>Altre regioni del sud</b>	3.3	4.2
<b>Altre regioni del nord</b>	10.8	9.1

Su territorio **nazionale**, si nota come la maggior parte dei flussi turistici, eccezion fatta per la regione Lombardia<sup>20</sup>, provenga dal Lazio, dalla Campania e dalla Puglia, indicando che, in ambito nazionale, l'Abruzzo attrae principalmente turisti provenienti da regioni vicine, motivate a loro volta dall'economicità delle strutture ricettive e dalla presenza di famigliari<sup>21</sup>. Il dato importante è quello che indica come l'Abruzzo ricopri il 3° posto all'interno di questa speciale classifica, segno evidente che molte famiglie ritengono conveniente trascorrere il tempo libero nella propria regione.

Sostanzialmente il flusso di provenienza turistico risulta essere fortemente polarizzato sulle regioni centrali sia nella provincia di Teramo che sul resto della regione, con delle lievi differenze per quanto riguarda la percentuale di turisti provenienti da alcune regioni (quelle evidenziate), nelle quali si riscontrano differenti valori probabilmente dovuti alla morfologia delle vie d'accesso terrestri che spingono i turisti provenienti dal Nord Italia a fermarsi nella vicina provincia di Teramo e quelli provenienti dal meridione preferiscono soggiornare nel versante sud della regione; la polarizzazione degli arrivi crea uno svantaggio competitivo nei confronti dei flussi turistici di

<sup>20</sup> Dove è presente una "colonia" numerosa di abruzzesi.

<sup>21</sup> Fonte: Rapporto C.R.E.S.A. 2001.

altre regioni Adriatiche situate più a nord dell’Abruzzo e che, stando ai flussi turistici registrati nelle rilevazioni statistiche del turismo a cura dell’ISTAT, risultano essere più competitive.

Per quanto riguarda la provenienza dei turisti **stranieri** si può affermare che gli attuali mercati esteri di riferimento sono quelli di lingua tedesca, seguiti alla lontana da altre nazioni quali U.S.A., Francia, Regno Unito; contemporaneamente si registra l’emergere di altri paesi che in questi anni stanno affacciandosi nella scena europea e mondiale, come la Repubblica Ceca<sup>22</sup>, nella quale si è orientata una parte consistente della promozione attuale.

Quello che segue è uno schema riassuntivo sulla provenienza dei turisti stranieri distinti per nazioni europee ed extra – europee; in questo caso non si è proceduto ad una ripartizione dei flussi in ambiti geografici data la totale uguaglianza numerica tra la provincia di Teramo e la Regione Abruzzo.

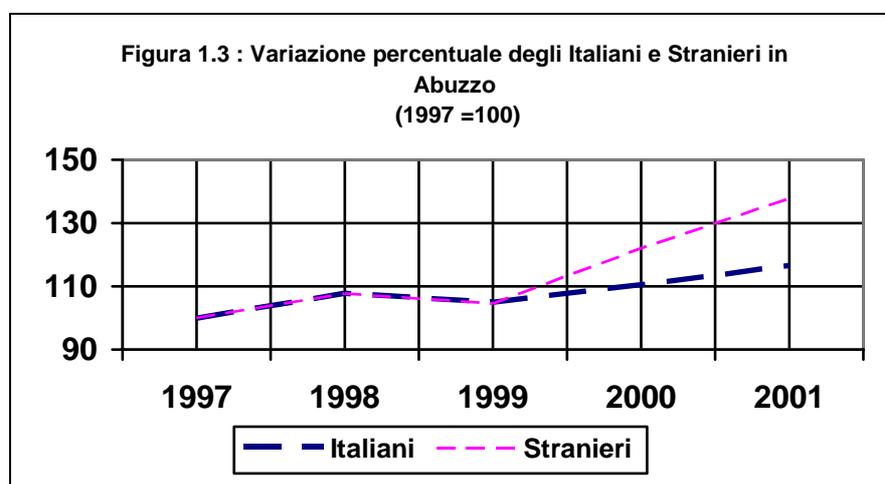
<b>Principali località di provenienza dei turisti Stranieri</b>	<b>% sul totale arrivi</b>
<b>Germania</b>	67.4
<b>Austria</b>	8.8
<b>Francia</b>	5.3
<b>Regno Unito</b>	4.7
<b>Paesi Extra - Europei</b>	
<b>Repubblica Ceca</b>	11.55
<b>Svizzera</b>	19
<b>U.S.A.</b>	6

<sup>22</sup>Nel 2001, superando le 76.000 presenze ha fatto registrare un incremento del 203.4% rispetto all’anno passato, guadagnandosi il 3° posto in questa speciale classifica.

Si è visto precedentemente che la componente straniera è limitata al 15% su scala regionale ed a circa il 20% nella provincia di Teramo, percentuali che diminuiscono ulteriormente se riferite alla quantità totale di stranieri che soggiornano nel Centro Italia: le presenze “Abruzzesi” sono circa il 2.38% delle presenze totali nelle regioni centrali, ricoprendo l’ultimo posto di questa speciale classifica, avendo come punto di riferimento la regione Umbria, penultima in classifica, che raggiunge il 4.56%.

### 1.3.2) La domanda turistica nazionale e regionale 1997 – 2001

Tuttavia la sequenza storica sulle presenze regionali, evidenzia come negli ultimi anni la componente “presenze turisti stranieri” abbia riscontrato incrementi notevoli a partire dal 1999, facendo registrare un incremento del 37% rispetto all’anno base (1997) superiore all’andamento nazionale (+23%); il segmento “Italiani” ha fatto registrare, nello stesso periodo di riferimento, un incremento del 16%, facendo registrando variazioni simili a quelle nazionali(+17%).



La promozione turistica fin qui adottata dalla regione Abruzzo e dalla provincia di Teramo ha prodotto buoni risultati in termini di variazioni percentuali registrate negli ultimi cinque anni, che però bisogna ulteriormente confermare visto che la quota di mercato servita dall’Abruzzo resta di esigua entità se confrontata con le regioni limitrofe.

#### **1.4 ) L'analisi dell'offerta turistica**

I dati a disposizione si riferiscono alla capacità degli esercizi ricettivi distinti per categoria e tipo di esercizio; anche in questo caso si è proceduto al confronto tra la provincia di Teramo, la regione Abruzzo, ed il centro Italia, avendo a disposizione i dati monitorati dall'ISTAT a livello nazionale nel 2001, anche in questo caso frazionati<sup>23</sup> per meglio cogliere le evidenze nei vari comparti territoriali oggetto di indagine.

---

<sup>23</sup> Vedi nota n° 14 del presente capitolo.

	Provincia di Teramo						Regione Abruzzo					
	1997			2001			1997			2001		
<b>Alberghi</b>	<b>E</b>	<b>C</b>	<b>L</b>	<b>E</b>	<b>C</b>	<b>L</b>	<b>E</b>	<b>C</b>	<b>L</b>	<b>E</b>	<b>C</b>	<b>L</b>
<b>4 – 5 stelle</b>	13	1182	2348	18	1481	3006	58	3780	7560	69	4236	8543
<b>3 stelle</b>	113	4966	9482	128	5128	10037	338	13380	25682	380	14110	27387
<b>1 – 2 stelle</b>	174	2902	5495	150	2365	4417	367	6151	11568	314	5861	9095
<b>Residenze Tur/Alberghiere</b>	3	40	78	8	194	358	10	538	1593	14	662	1830
<b>Tot. Alberghi</b>	<b>303</b>	<b>9090</b>	<b>17403</b>	<b>304</b>	<b>9168</b>	<b>17818</b>	<b>773</b>	<b>23849</b>	<b>46403</b>	<b>777</b>	<b>24869</b>	<b>46855</b>
<b>Complementari</b>	101	/	24686	185	/	27818	428	/	51124	484	/	48050
<b>Tot. Offerta</b>	<b>404</b>	<b>9090</b>	<b>42089</b>	<b>489</b>	<b>9168</b>	<b>45636</b>	<b>1201</b>	<b>23849</b>	<b>97527</b>	<b>1261</b>	<b>24869</b>	<b>94905</b>

Attualmente l'offerta ricettiva ufficiale della provincia di Teramo può contare su circa 45.636 posti letto distribuiti in 489 esercizi ricettivi, ricoprendo in Ambito regionale un ruolo di leader indiscusso sia nel segmento “alberghiero” che in quello complementare.

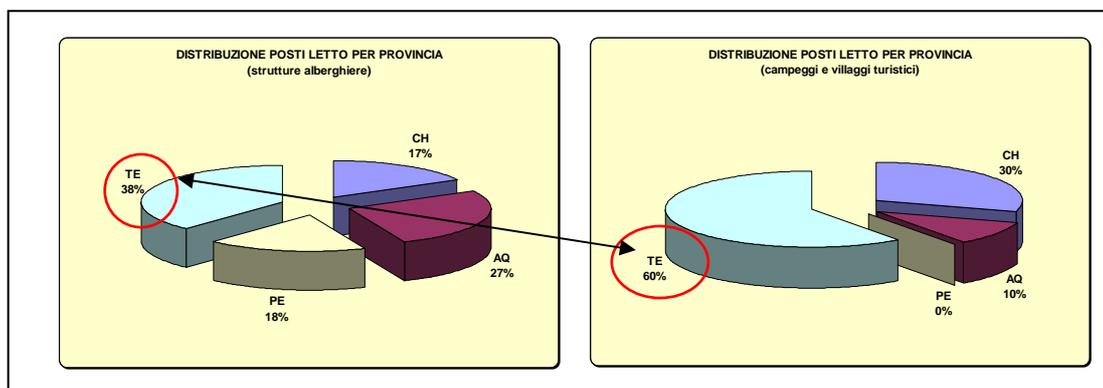


Figura 1.4 : Distribuzione posti letto per provincia; realizzato da Quirino Morelli, responsabile del Rapporto 2001 a cura della direzione turismo, ambiente, energia della Regione Abruzzo.

La capacità ricettiva della Regione Abruzzo raggiunge complessivamente 94.905 posti letto distribuiti in 1.261 esercizi ricettivi; a questi dati va aggiunta la disponibilità di alloggi privati che a livello regionale si stima possa aggiungere all'attuale numero di posti letto altre 700.000 unità<sup>24</sup>.

Secondo le stime ufficiali, la Regione Abruzzo ricopre circa l'8% dell'offerta ricettiva nel centro Italia e l' 1.10% dell'intera offerta nazionale ricoprendo il 17° posto in classifica e precedendo regioni come: Molise, Basilicata, Calabria.

### 1.5) Conclusioni su effetti di incremento di domanda e offerta

Negli anni compresi tra il 1997 – 2001 nel settore **alberghiero** si è riscontrato un aumento considerevole del numero di strutture presenti nel Teramano (+21%) che se paragonate con la variazione in ambito nazionale e regionale mostra un dinamismo “particolare” con incrementi che non seguono l'andamento regionale e nazionale, frutto anche della diversa pianificazione turistica dell'area Teramana<sup>25</sup>, e di una maggiore propensione verso

<sup>24</sup> Stima ufficiosa ma non ufficiale.

<sup>25</sup> Vedi paragrafo 1.10.2

l'accoglienza turistica che però si mantiene concentrata sul versante costiero. Inoltre la provincia di Teramo ha accresciuto la propria dotazione di strutture medio alte e contemporaneamente diminuito le strutture di bassa categoria, fenomeno comune in ambito nazionale; è sempre la categoria "tre stelle" che ricopre gran parte della ricettività totale provinciale e regionale, anche se le variazioni del numero di posti letto paragonate alle variazioni del numero di strutture ricettive inducono a pensare che sia aumentato il livello qualitativo

	Esercizi			Letti		
	Teramo	Abruzzo	Italia	Teramo	Abruzzo	Italia
5-4 stelle	<b>38.5%</b>	19%	19.7%	<b>28%</b>	13	22%
3 stelle	13%	12.4%	<b>18%</b>	5.8%	6.6%	<b>15.3%</b>
2-1 stelle	(-13.7%)	(-14.4%)	(-17%)	(-19.6%)	(-21.4%)	(-17.8%)
Var tot.	<b>21%</b>	5%	(-1.2%)	<b>8.4%</b>	(-2.7%)	6.7%

La dimensione media degli alberghi nella provincia di Teramo è di 57 letti, e risulta essere superiore alla media italiana ( 50 letti) grazie alla presenza di strutture di grandi dimensioni soprattutto nelle categorie più alte; complessivamente la provincia di Teramo e l'Abruzzo figurano tra le aree geografiche del mezzogiorno contraddistinte da dimensioni più ridotte, mentre è nella media delle strutture ricettive presenti nel bacino Adriatico.

Inoltre si può notare che la crescita dei posti letto non segue l'andamento nazionale rapportandosi su livelli costanti nel tempo, che denotano come stia continuando la tendenza dell'aumento di ricettività alberghiera nella categoria medio alta e il contemporaneo rallentamento della crescita della ricettività medio bassa, indice che la qualità totale delle strutture presenti sta crescendo.

Alla luce dei dati fin qui raccolti si può concludere che la provincia di Teramo ha accresciuto la propria ricettività alberghiera seguendo da vicino le variazioni della domanda e contemporaneamente ha ampliato la presenza di strutture turistico ricettive di qualità medio – alta, anche se soffre fenomeni di monostagionalità dei flussi turistici che ne condizionano l'organizzazione

turistica<sup>26</sup>; la strategia in merito è la creazione di nuovi prodotti turistici che siano in grado di ampliare l'attrattività del territorio raggiungendo i bisogni di segmenti di clientela che permettano di destagionalizzare i flussi ed incrementare la quota di mercato attuale.

La ricettività **complementare**, reale è dominata dagli alloggi in affitto non iscritti al R.E.C., mentre quella "ufficiale" dai campeggi e dai villaggi turistici, che ne rappresentano circa il 90%<sup>27</sup>.

Si è notato una sostanziale riduzione del numero dei campeggi e dei villaggi turistici a fronte di un incremento concreto delle strutture agrituristiche che hanno triplicato la presenza sul territorio Teramano a fronte dell'incremento della domanda straniera "abruzzese" che, come già visto, gradisce strutture turistiche di tipo complementare; la componente alloggi ha fatto registrare notevoli incrementi considerando che quella "ufficiale" sia poca cosa rispetto alla quantità totale, ed esiste una considerevole possibilità che gran parte degli alloggi "sommersi" risulti essere di proprietà di clientela abituale del turismo Abruzzese.

	Esercizi			Letti		
	Teramo	Abruzzo	Italia	Teramo	Abruzzo	Italia
Camp.e villaggi turistici	<b>(-2.8%)</b>	(-8%)	(-0.37%)	<b>14.9%</b>	(-9%)	0.9%
Alloggi in Affitto	<b>22.7%</b>	(-63.9%)	249.3%	<b>161.6%</b>	(-22.2%)	119.3%
Alloggi agro-tur.	<b>307.7%</b>	79%	60.9%	<b>429.3%</b>	107%	64.5%
Altri esercizi	<b>(-16.6%)</b>	51.4%	203%	<b>(-63.6%)</b>	(-50.5%)	23.5%
<b>Var tot.</b>	<b>80.2%</b>	(-7.5%)	197.9%	<b>12.5%</b>	(-9.6%)	20.3%

In definitiva nel comparto "complementare" l'offerta ha subito sviluppi per quanto concerne la tipologia dell'esercizio ed è cresciuta rapidamente e più in fretta della domanda reale, ragion per cui si dovrà provvedere al continuo miglioramento della qualità ricettiva senza preoccuparsi eccessivamente della

<sup>26</sup> Per ulteriori approfondimenti si rimanda alla lettura del paragrafo 1.7

<sup>27</sup> Fonte: Statistiche del turismo regione Abruzzo.

capacità totale, considerando piuttosto l'esistenza di aree con potenzialità turistiche in cui la presenza di strutture d'accoglienza è decisamente carente, e la crescita del numero degli "arrivi/presenze" agirebbe da stimolo su fattori sociali come occupazione, e il miglioramento di condizioni sociali che nel tempo hanno creato un "isolamento" neanche tanto dorato.

## **1.6)La tipologia dei turisti**

Attraverso interviste condotte presso uffici IAT del territorio Teramano, e ascoltati il parere e l'esperienza di diversi commercianti presenti nella zona<sup>28</sup>, si è potuti giungere con un certo grado d'approssimazione ad una descrizione delle categorie di turisti che scelgono l'Abruzzo ed in particolare la provincia di Teramo come meta delle proprie vacanze.

In questo caso sarà effettuata una ripartizione del territorio tra "costa" ed "entroterra", poiché le strutture ricettive presenti in ciascun comparto si riferiscono a diversi segmenti della domanda turistica.

### *1.6.1 La domanda sulla "costa"*

Il turismo della costa è caratterizzato da una fascia rilevante, quasi il la metà dei turisti, che è alla ricerca di relax e divertimento notturno. La fascia d'età è compresa dai 18 ai 28 anni, spesso membri di comitive che hanno scelto i comuni della fascia costiera attraverso il passaparola o per motivi famigliari.

Rilevante è il dato che mostra come la restante parte sia costituita da famiglie provenienti da altre località dell'entroterra abruzzese, che scelgono di passare le proprie vacanze in comuni come Alba Adriatica, Giulianova, Silvi, ecc. perché proprietari oppure affittuari di seconde case.

Tra i turisti che scelgono la costa, c'è ne sono pochi che giungono dopo aver consultato guide turistiche o agenzie viaggio (circa il 1/10), segno che l'apporto della promozione quale vincolo comunicativo atto ad accrescere il livello conoscitivo del territorio è ancora marginale se paragonato a coloro che visitano l'Abruzzo senza essere stati raggiunti dagli attuali canali di promozione turistica.

---

<sup>28</sup>Gestori di hotel e di pubblici esercizi a carattere stagionale

Il turista “marino” è di tipo stanziale, effettua poche escursioni che lo portano fuori i confini del comune di riferimento, ed è legato all’acquisto di prodotti tipici, enogastronomici ed artigianali.

Il turismo diurno, all’insegna del relax, si abbina con quello di tipo notturno fatto di vacanzieri alla ricerca di luoghi d’intrattenimento serale; attualmente si contano circa 18 discoteche distribuite nei sette comuni della costa, quasi tutte a carattere stagionale.

Attraverso le interviste effettuate si può dire che il grado di soddisfazione dei turisti è buono, e ciò è soprattutto merito dell’ospitalità Teramana e della competitività dei prezzi delle strutture rispetto ad altre località Adriatiche; si stima infatti che un buon 3/5 dei turisti decida di tornare nella località di villeggiatura.

#### *1.6.2 La domanda nell’entroterra*

Il turismo presente nell’entroterra è caratterizzato da una fascia d’individui d’età variabile dai 25 ai 60 anni, che è alla ricerca d’escursioni, cultura, attività all’aria aperta e partecipa ad eventi artistici e di folklore. E’ il mix di questi fattori, abbinato alla scoperta dei prodotti enogastronomici, come gli itinerari del vino<sup>29</sup>, a rappresentare uno dei fattori d’attrazione turistica principali.

Anche in questo caso sono i gruppi di viaggio ad essere numericamente superiori rispetto ad altri segmenti come il turismo familiare e quello individuale.

La promozione turistica, qualora si sia deciso di effettuarla<sup>30</sup>, ricopre un ruolo più incisivo; si stima infatti che circa la metà degli arrivi sia merito della pubblicazione e della diffusione di materiale promozionale.

A differenza del frequentatore marino, quello montano è più attivo e intraprendente e in percentuale più propenso alla fidelizzazione nei confronti del territorio di villeggiatura, e ciò ha portato negli anni alla creazione di un vero e proprio “zoccolo duro” di clientela *habitué*.

L’idea in merito è che la presenza preponderante di questa tipologia di turisti, nella maggior parte dei casi consolidata da anni, influenzi il grado di

---

<sup>29</sup> Già presenti in alcuni comuni, dove si è riscontrato un interesse crescente verso questa forma di promozione.

<sup>30</sup> Pochi comuni dell’entroterra si orientano verso la promozione turistica.

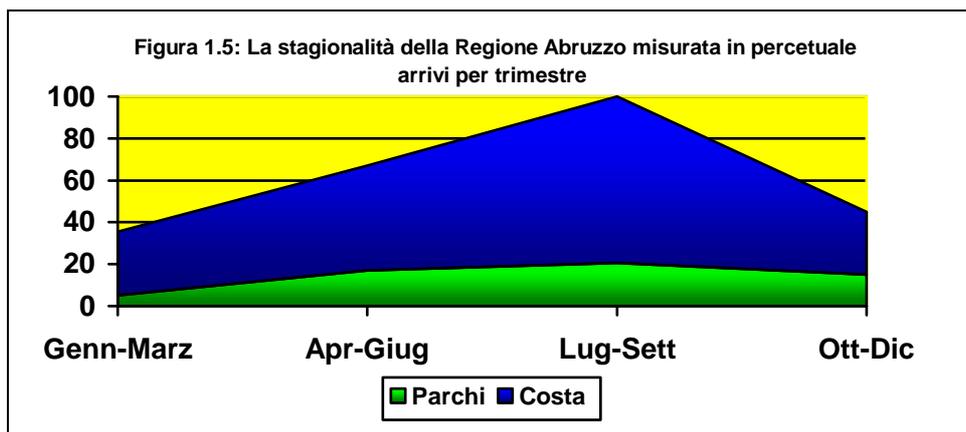
soddisfazione nell'entroterra che essendo connotato in diversi casi da un'offerta ricettiva qualitativamente minore rispetto a quelle presenti nella costa, fa riscontrare un livello di soddisfazione della clientela molto più alto rispetto a quello accertato sui comuni della costa, con valori che si aggirano intorno al 4/5 del totale.

In alcune interviste si è raccolta l'impressione che la carenza di strutture ricettive, specie in periodi di "alta stagione" penalizzi il ruolo dei comuni dell'entroterra, i quali si vedono impossibilitati nel poter ospitare turisti di passaggio e quindi accrescere la propria quota di mercato; seppure in alcuni casi questo è un parere condivisibile se riferito a realtà come il comune di Atri, il quale dispone di un solo albergo e di due agriturismi situati nelle immediate vicinanze del centro cittadino, in altre realtà Teramane manca il ripristino di fattori di attrattiva turistico, fondamentali per l'avvio di un programma di pianificazione territoriale.

Il solo accrescimento della ricettività turistica, trascurando progetti di accoglienza e attrattività dei beni turistici che si hanno a disposizione, porta a vedere occupati strutture turistico ricettive per soli venti giorni l'anno, creando delle condizioni di insostenibilità aziendali; fenomeni simili alla creazione di oasi turistiche isolate dal contesto territoriale.

### **1.7) La stagionalità**

La distribuzione degli arrivi totali, nel complesso delle strutture ricettive Teramane e Regionali mostra un'alta concentrazione nei mesi centrali della stagione estiva, mentre in termini di presenze il valore massimo del picco ottenuto è più alto della media italiana, denotando un problema di eccessiva concentrazione dei flussi turistici nei mesi di luglio e agosto.



Considerando i flussi turistici del bacino costiero e del sistema dei “Parchi” si nota come il primo sia caratterizzato da fenomeni di monostagionalità concentrata prevalentemente nei mesi centrali della stagione estiva, mentre nei Parchi si nota la “bistagionalità” dei flussi turistici, rispettivamente nei mesi di gennaio-febbraio e luglio-agosto<sup>31</sup>.

La visione della totalità dei flussi nelle strutture ricettive, mostra un’attività turistica invernale caratterizzata per larga parte dalla sola componente domestica, mentre l’affluenza dei stranieri è simile a quella presente in altre località della penisola, considerando che la maggior parte di essi proviene da paesi di lingua tedesca.

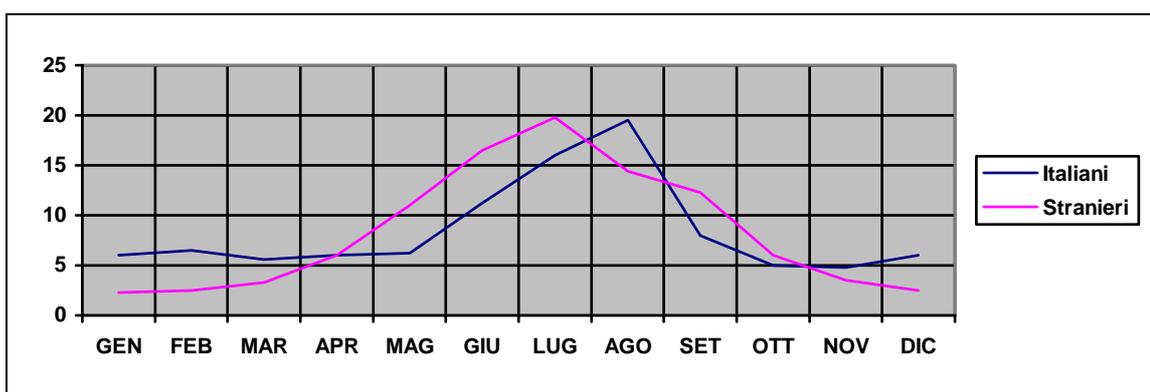


Figura 1.6 : Flussi di turisti Italiani e Stranieri durante i mesi dell’anno

<sup>31</sup>Fonte: Rapporto 2001 sul movimento turistico in Abruzzo, a cura di Quirino Morelli.

## 1.8) La “top of mind”

Attraverso uno studio “sull’immagine turistica”<sup>32</sup> che l’Abruzzo suscita al di fuori dei confini regionali, si è giunti ai seguenti dati:

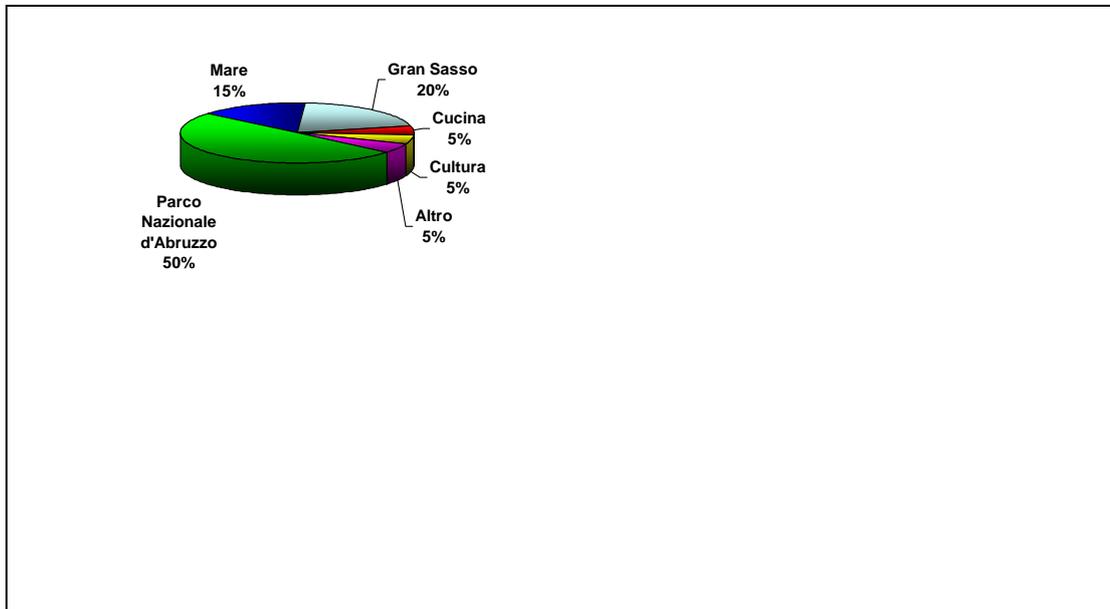


Figura 1.7: Top of mind della Regione Abruzzo

Sembra chiaro come l’Abruzzo sia visto come la regione del Parco Nazionale, e del Gran Sasso d’Italia, ed altri fattori d’attrazione siano poco conosciuti e talvolta del tutto assenti dalla percezione di località turistica in ambito nazionale.

Un’associazione del tipo: Abruzzo terra del Parco, oppure Abruzzo terra del Gran Sasso, non dà un’immagine negativa, tutt’altro; si tratta di bellezze naturali uniche su scala nazionale, e figurano come capisaldi dell’offerta turistica regionale. Questi dati indicano come l’immagine della regione si è “specializzata”, un luogo dove le attrazioni Parco, Gran Sasso, Mare sono le uniche che si è in grado di offrire.

Il vantaggio di avere prodotti leader suscita interesse da parte di un segmento della domanda turistica, ma non attira chi non ne è interessato.

Una adeguata promozione turistica dovrà dapprima creare delle modalità nuove di fruizione dei beni turistici meno conosciuti inserendoli all’interno di esperienze turistiche di prodotti “maturi”, in modo da arricchire l’offerta, sfruttare le *best*

<sup>32</sup> Ufficio promozione turistica della provincia di Teramo.

*propeties* del turismo Abruzzese, ed incentivare la promozione turistica “virale”<sup>33</sup>, istituendo dei forum virtuali e indagini statistiche sui bisogni reali primari, secondari e latenti della clientela.

### 1.9) Punti di forza e debolezza

In occasione della B.I.T. 2003, la regione Abruzzo con la collaborazione della provincia dell’Aquila e dell’università degli studi di Sulmona, ha effettuato uno studio dei punti di forza e debolezza del turismo Abruzzese, ottenendo i seguenti dati:

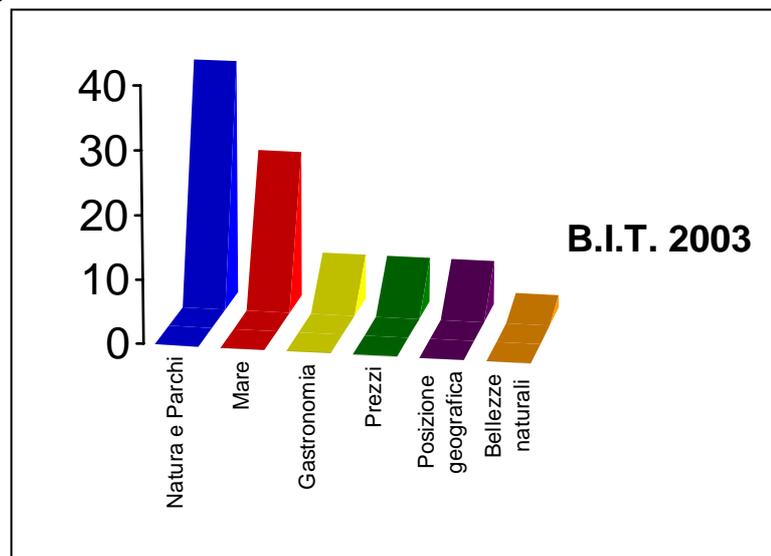


Figura 1.8: Abruzzo punti di forza<sup>34</sup>

L’indagine evidenzia bene come i prodotti “parco” e “mare” siano le maggiori attrattive dell’attuale offerta turistica, ma si nota anche come altri prodotti come la “gastronomia” e le “bellezze naturali” si siano ritagliati posizioni di rilievo, confermando l’interessamento di coloro che hanno visitato l’Abruzzo verso i nuovi prodotti.

Nello stesso Report vengono mostrati quelli che secondo il sondaggio, sono gli attuali punti di debolezza della Regione.

<sup>33</sup> Passaparola, riconosciuto come migliore vincolo di promozione turistico.

<sup>34</sup> Grafico del Report sulla BIT 2003, a cura di Quirino Morelli.

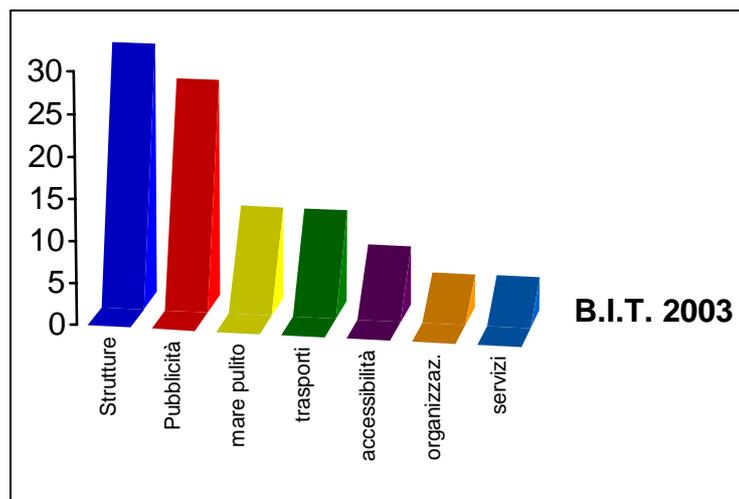


Figura 1.9 : Abruzzo punti di debolezza<sup>29</sup>

Secondo quanto riportato, i problemi maggiori riguardano le strutture turistico ricettive, e la poca conoscenza dell'Abruzzo sia a livello nazionale che internazionale; aspetti come la situazione ambientale e l'attuale sistema di trasporti interno paiono essere di secondo piano.

Il parere di chi scrive, i punti di debolezza della provincia di Teramo sono assimilabili a quelli della Regione e ricoprono diversi aspetti che qui verranno elencati in ordine di priorità d'intervento:

I) Degrado ambientale:

Seppure la provincia di Teramo ha effettuato importanti investimenti in depuratori e piani provinciali che tutelassero l'ambiente rurale e paesaggistico, la stessa cura non è stata adottata verso la redazione di leggi comunali/provinciali in materia di edilizia che stabilissero standard strutturali ben definiti; in alcuni comuni la speculazione edilizia degli anni 70 – 80 – 90 ha finito per deturpare in maniera irreparabile il paesaggio circostante. A ciò va aggiunto che attualmente si registra una mancanza di leggi regionali, e più adeguatamente nazionali, che garantiscano l'operato delle amministrazioni pubbliche che investono nella tutela dell'ambiente considerato che alcune province e regioni vicine si sono rese protagoniste, negli anni passati, di allarmanti fenomeni di inquinamento delle acque marine ed una sostanziale noncuranza verso la tutela dell'ambiente marino. Oggigiorno qualsiasi amministrazione provinciale, come è nel caso della

provincia di Teramo, potrebbe vedere svaniti gli investimenti apportati a causa di un'amministrazione territoriale limitrofa "eccessivamente distratta".

Attualmente si riscontra un eccessivo degrado urbano soprattutto nelle aree residenziali periferiche, sia nelle strutture che nell'assenza di strutture di pubblica utenza.

In molti comuni manca una ridefinizione degli spazi urbani per automobili e ciclomotori; fattore questo che crea disagi soprattutto in prossimità di centri storici.

Alcuni antichi ruderi risultano essere abbandonati da tempo, amplificando in questo modo il senso di degrado urbano.

La segnaletica stradale e turistica risulta essere, in alcuni punti, del tutto insufficiente e non comprensibile.

#### II) Livello qualitativo delle strutture:

Attualmente non esiste alcuna forma di collaborazione tra operatori turistici.

In molti casi il livello di professionalità del personale di contatto *front office* risulta essere inadeguato.

Diversi comuni della zona sono sprovvisti di strutture che possano garantire i servizi minimi di accoglienza turistica.

Mancano corsi di formazione per personale di contatto.

#### III) Promozione poco incisiva:

Quella attuale è eccessivamente frammentata.

Non esiste alcuna forma di promozione turistica che sostenga i prodotti e località meno conosciute della regione.

Bassa capacità di attirare nuovi turisti.

#### IV) Le rilevazioni statistiche:

Molte località turistiche effettuano promozioni dei propri beni e attività culturali senza impostare un sistema di rilevazioni statistiche sulla *customer satisfaction*, non considerando il reale impatto che le singole iniziative suscitano nei turisti.

## 1.10) I “nodi” da sciogliere

La lettura dei programmi di promozione turistica della Provincia di Teramo, delle linee guida per lo sviluppo turistico della Regione Abruzzo accostati all’esperienza conseguita quale cittadino Abruzzese, si sono rese utili per una classificazione di quelli che sono attualmente le controversie esistenti in materia turistica, che la pubblica amministrazione, anche se consapevole, non riesce a risolvere:

L’accessibilità.

L’attuale promozione turistica.

### 1.10.1) L’accessibilità

La regione Abruzzo è contraddistinta da vie di trasporto interno che ne hanno influenzato lo sviluppo territoriale; collegamenti stradali, ferroviari, marittimi, e la presenza di una struttura aeroportuale ne permette l’accessibilità e il raggiungimento da diverse direzioni.

L’accessibilità **stradale** va distinta in:

Il tratto **autostradale** presente sulla dorsale adriatica<sup>35</sup> e su tratti da e per l’entroterra che rendono fruibile l’accesso verso la costa tirrenica<sup>36</sup>, hanno contribuito nel qualificare la città di Pescara come importante snodo del commercio Abruzzese; la percorribilità è garantita dalla buona condizione del manto stradale anche se rimane “limitata” la sua efficienza data l’attuale conformazione in due corsie per senso di marcia che risultano essere facilmente congestionabili da improvvisi incidenti e da lavori di manutenzione ordinaria, soprattutto sul tratto costiero che resta una delle maggiori vie d’accesso alla regione.

Tratti **stradali urbani ed extra – urbani** sono presenti in maniera diffusa su gran parte del territorio, in particolar modo verso tutti gli agglomerati urbani costieri e i capoluoghi di provincia dell’immediato entroterra; in taluni casi si evidenziano difficoltà di percorribilità dovuti al facile

---

<sup>35</sup> [A-14] Bologna – Taranto.

<sup>36</sup> I tratti [A-24] Roma – L’Aquila – Teramo; e [A-25] Torano – Pescara.

congestionamento del traffico cittadino e all'obsolescenza del manto stradale su alcuni tratti urbani ed extra- urbani.

La rete **ferroviaria** è presente in maniera uniforme su tutto il territorio, e la creazione di brevi tragitti regionali ha reso raggiungibili anche i piccoli comuni dell'entroterra; i collegamenti con altre regioni limitrofe sono assicurati dalla dorsale adriatica e dalla tratta Roma – Pescara che per i viaggiatori rappresenta un'opzione secondaria di spostamento, dato che la conformazione geologica del territorio ha obbligato le amministrazioni locali a creare un percorso piuttosto “articolato” per mezzo del quale sono necessarie circa quattro ore di viaggio per raggiungere la capitale<sup>37</sup>.

L'accessibilità **aerea** è resa possibile dalla presenza dell'unico aeroporto Abruzzese presente nell'immediata periferia della città di Pescara. La sua vicinanza geografica con il centro cittadino e i collegamenti stradali presenti rendono la struttura facilmente raggiungibile sia attraverso l'utilizzo della rete stradale urbana che attraverso una circonvallazione ad alta velocità di percorrenza che facilita i collegamenti stradali da un capo all'altro della città. Secondo interviste<sup>38</sup> e pareri raccolti sul luogo, il traffico aereo va diminuendo e dal 2001 ad oggi è calato di circa 1/5; attualmente le compagnie operanti sono 7 le quali alternano voli di linea ad altri di tipo charter distinti in periodi “*Summer time*” ed “*Winter time*”.

Alcune delle mete raggiungibili nel corso dell'anno sono:

Olbia – periodo *summer time*.

Malta – periodo *summer time*.

Lourdes – periodo *summer time*.

Toronto – tutto l'anno.

Madrid – periodo *winter time*.

Parigi – periodo *winter time*.

Londra – periodo tutto l'anno.

---

<sup>37</sup> Il doppio se paragonato al già citato tratto autostradale.

<sup>38</sup> SAGA S.p.a. voli internazionali.

Il potenziamento dei collegamenti aerei resta una delle priorità principali per un rilancio del turismo regionale soprattutto in campo europeo, oltre a prevedere un potenziamento dei collegamenti con l'aeroporto romano con il fine di poter proporre delle vacanze in Abruzzo e favorire attraverso la collaborazione con tour operator, la fruizione del turismo in Abruzzo all'interno di soggiorni nella capitale.



Figura 1.10 :L'accessibilità in Abruzzo

L'accessibilità **marina** è resa possibile dai porti di Pescara, con partenze e arrivi da Primosten e Spilt, e dal porticciolo di Ortona che effettua servizi di traghetto per Punta di Penna<sup>39</sup> dalla quale poi è possibile dirigersi per le isole Tremiti. Nel corso degli anni passati si è tentato di rilanciare il turismo estivo Abruzzese attraverso la costruzione nella città di Pescara, di un porto turistico che avviasse il rilancio dell'immagine della città e della Regione nel suo complesso, la quale intendeva proporsi come meta turistica per imbarcazioni da diporto; attualmente però effettua servizio di solo attracco e rimessaggio di mezzi costieri locali, senza aver trovato un ruolo rilevante in materia turistica data la vicinanza con le coste Greche, Croate, e con le Isole Tremiti.

Il parere è che l'accessibilità riveste un ruolo cruciale, alimentato soprattutto dalla situazione geografica abruzzese che vede la regione distante rispetto ad importanti poli d'attrazione turistica Adriatica limitrofi; la pur buona viabilità stradale e la vicinanza geografica con Roma non possono essere i punti fondamentali per un deciso rilancio turistico che invece dovrà fare affidamento sul potenziamento del traffico aeroportuale, a supporto dei flussi turistici provenienti dall'Europa centrale e del nord, e quello marittimo che allargherà ulteriormente i segmenti di domanda da poter servire.

#### *1.10.2) L'attuale promozione turistica*

La promozione turistica della regione Abruzzo vive un momento di stasi, pur evidenziando la collaborazione, in occasione di fiere europee sul turismo, con altri comuni appartenenti all'U.E. al fine di accrescere l'interesse nei turisti stranieri attraverso accordi con tour operator di nazionalità belga e tedesca.

I notevoli investimenti in materia turistica, non ultima la creazione di un sito web stilato in 10 lingue<sup>40</sup>, non hanno prodotto "continuità" nella promozione turistica, al punto che al momento della stesura di quest'elaborato la regione si trova a non avere ancora un piano di promozione turistica che comprenda il triennio 2003/2005.

---

<sup>39</sup> Località nelle vicinanze di Vasto (CH)

<sup>40</sup> Il quale raccoglie gran parte del materiale utile alla promozione del territorio.

La promozione turistica del distretto di Teramo è diversificata da quella della regione Abruzzo, soprattutto in ambito nazionale dove viene offerta un diverso approccio nella formulazione dell'offerta, e differenti vincoli per la salvaguardia ambientale.

Attraverso un'intervista<sup>41</sup>, si è evidenziato come la provincia di Teramo attui, ormai da anni, una promozione turistica indipendente su scala nazionale mentre rimane legata alla regione Abruzzo nella promozione del territorio in occasione di fiere e manifestazioni all'estero; la causa è imputare alla diversità di vedute che i soggetti politici hanno in materia.

Attualmente la Provincia di Teramo ha ideato un proprio *brand* ed è presente, con un proprio spazio espositivo, in diverse fiere nazionali tra le quali Bologna, Parma, Padova, oltre alla B.I.T. di Milano.

La promozione turistica viene attuata su diversi fronti:

- Attraverso la collaborazione con il comune di Merano, si è restaurato e riaperto l'ippodromo del comune veneto il quale ospita gare e manifestazioni sportive che portano i nomi e i loghi sia della provincia di Teramo, che anche dei comuni di appartenenza; questa collaborazione sembra aver riscontrato interesse da parte della domanda turistica.
- La promozione della provincia è presente anche nella manifestazione canora del Festival di Sanremo. La scelta è stata presa considerato che il Festival è seguito da circa 2000 addetti ai lavori<sup>42</sup> e polarizza l'interesse pubblico nel corso della settimana di svolgimento.
- Presenza del logo "provincia di Teramo" all'interno del segnale orario Rai delle 7.30 a.m.
- Immagini televisive a carattere conoscitivo – didattico realizzate in occasione di trasmissioni televisive a carattere natural-turistico<sup>43</sup>.
- E' stata avviata una collaborazione con le "Ferrovie dello Stato", che prevede da un lato la creazione di sconti su tratte ferroviarie per chi decide di utilizzare il treno lungo i percorsi dell'entroterra Teramano<sup>44</sup>, dall'altro

---

<sup>41</sup> Ufficio promozione turismo della provincia di Teramo.

<sup>42</sup> Giornalisti radio – televisivi e della carta stampata, sia nazionali che esteri.

<sup>43</sup> Le collaborazioni attuali sono state attuate con trasmissioni come Geo & Geo, Linea Verde.

<sup>44</sup> Questa promozione è rivolta sia a turisti che a residenti.

la creazione di una carrozza ferroviaria, stanziata sulla tratta Bologna – Brennero, che riporti il logo della provincia di Teramo.

La pianificazione turistica attualmente prevede la ripartizione del territorio in base ad itinerari turistici di breve durata<sup>45</sup>, che la Provincia organizza nei mesi estivi coordinando ad esso rilevazioni statistiche sulla soddisfazione dei clienti.

Negli anni passati alcuni comuni della provincia, come ad esempio quello di Atri, hanno provvedendo autonomamente alla propria promozione turistica, ed i risultati ottenuti nel corso dell'ultimo quinquennio sono buoni ma lontani dal potenziale effettivo che si raggiungerebbe qualora fosse impostata una collaborazione tra diversi comuni limitrofi, che lavorino per il perseguimento di un ideale prodotto turistico e non per i propri distretti di pertinenza.

Nel particolare si è tentato di creare una forma di promozione turistica costituita da “associazioni di comuni” che ha coinvolto i comuni di Atri, Silvi, Roseto, Pineto. Questo progetto, denominato “Le Terre del Cerrano”, si propose come un vero e proprio “progetto pilota”, perché avviava una promozione turistica del territorio interessato attuando una pianificazione strategica differente per contenuti e tempi di attuazione dalla promozione turistica della Regione Abruzzo.

Nel corso di pochi anni dalla sua creazione, il progetto però ha incontrato da subito problemi di attuazione e ripartizione dei fondi a disposizione, soprattutto nel momento in cui parte degli attori che elaborarono quest'idea sono cambiati<sup>46</sup>, e si sono riscontrati notevoli rallentamenti.

Il modello “Le Terre del Cerrano” aveva come obiettivi<sup>47</sup>:

- Prolungare la stagione turistica oltre il periodo tradizionale estivo attraverso la promozione di iniziative ed eventi culturali, sia nel periodo estivo che anche in quello invernale, che fungessero da elemento d'attrazione per i turisti presenti in bassa stagione.

---

<sup>45</sup> Non oltre le dieci ore di escursione per ogni tracciato.

<sup>46</sup> Le elezioni del consiglio comunale del comune di Pineto ha modificato l'assetto iniziale dei policy maker promotori del progetto.

<sup>47</sup> Dati forniti dal comune di Atri, capofila del progetto “Le Terre del Cerrano”.

- Attraverso la promozione si intendeva aumentare l'attrattività e l'interesse delle singole località e dell'Abruzzo in generale.
- La promozione del distretto "Le Terre del Cerrano" doveva essere fatta al di fuori dei canali tradizionali della vacanza balneare offrendo altri prodotti quali: il paesaggio, natura e arte, tradizioni, gastronomia e folklore.
- Migliorare la mobilità interna.
- Creare servizi in rete.
- Ottimizzare il sistema di accoglienza interno.
- Attuare la promozione del distretto sia in ambito nazionale che estero.
- Garantire una finestra informativa per comuni limitrofi di piccole dimensioni come : Arsita, Castelalto, Castiglione M.Raimondo, Bisenti ecc.

I costi del progetto sono stati quantificati in €31.000 annui per una durata complessiva di cinque anni, con la possibilità di rinnovo della collaborazione.

La quota annua nel 2001 è stata distribuita per i quattro comuni promotori del progetto, con il fine di colmare spese relative alle voci:

- Allestimenti e strumentazioni tecniche.
- Materiale pubblicitario.
- Pubblicità affissioni manifesti e locandine.
- Pubblicità su stampa.
- Rimborsi spese e chachet.
- Spese organizzative varie.
- Spese per ospitalità.
- Ufficio stampa.

Pur denotando il notevole impegno profuso per tale progetto, non può passare inosservato la dinamica progettuale dello stesso che appare ridotta, non aperta alla collaborazione di comuni di ben più alta ricettività turistica presenti nelle immediate vicinanze, oltre all'assenza di investimenti atti ad incrementare l'offerta turistica globale, e lo stanziamento di fondi atti a migliorare la

condizione ambientale che non è delle migliori soprattutto nei comuni della costa; il piano redatto coinvolge una porzione di territorio troppo ridotta affinché si possa creare una valida alternativa turistica ed è in grado di accogliere un segmento di domanda limitato rispetto agli investimenti che lo stesso territorio richiederebbe.

Discorso diverso merita la promozione della provincia di Teramo, la quale è riuscita, attraverso lo stanziamento di fondi propri, ad attuare progetti di promozione turistica<sup>48</sup> e salvaguardia del territorio<sup>49</sup>, chiamandosi fuori dal permanere dello *status quo* della promozione Abruzzese.

Se l'obiettivo primario in campo turistico resta quello di offrire un prodotto "competitivo" su scala nazionale che sia in grado di rispondere alle mutevoli esigenze del mercato turistico, il parere è quello che un adeguato rilancio debba coinvolgere un numero piuttosto elevato di attori politici, che avii la creazione di un prodotto turistico che risulti essere *aperto, allargato e dinamico*<sup>50</sup>, coadiuvato dalla creazione di un sistema di leggi, sia regionali che in ambito di comprensori geografici<sup>51</sup>, che tutelino l'operato dei comuni o delle regioni che investono nel turismo attraverso la salvaguardia dell'ambiente.

---

<sup>48</sup> Seppur limitata, si è cercato di utilizzare al meglio gli esigui fondi a disposizione.

<sup>49</sup> Gli investimenti per depuratori nella zona hanno permesso ai sette comuni della Teramana di conseguire per sette anni consecutivi il premio della "bandiera blu".

<sup>50</sup> Aperto poiché atto a coinvolgere anche distretti territoriali al di fuori della regione Abruzzo; allargato perché richiami l'interesse di più segmenti della domanda turistica; dinamico perché progettato per poter rispondere al meglio alle mutevoli tendenze del mercato turistico.

<sup>51</sup> Ad esempio il mare Adriatico, il quale coinvolgerebbe 7 regioni.

## 1.11) Linee Strategiche per il rilancio turistico

Le linee strategiche per lo sviluppo del turismo nel STL di Teramo possono essere raggruppate in :

<p style="text-align: center;"><b>Qualitative</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Accrescere e rinforzare il brand del distretto di Teramo come immagine di prodotto distintivo, favorendo una maggiore penetrazione nei mercati esteri, e il ricambio dell'attuale clientela nazionale allargando le aree geografiche di provenienza attraverso un sistema di trasporti interno ed esterno più efficiente.</li><li>▪ Sensibilizzare residenti e turisti verso il rispetto e la tutela dell'ambiente urbano ed extra - urbano.</li><li>▪ Migliorare il livello di professionalità del personale di contatto attraverso la creazione di programmi di formazione.</li><li>▪ Valorizzare maggiormente, attraverso la promozione e la vendita dei prodotti tipici regionali, la cultura, il folclore, e le tradizioni enogastronomiche.</li><li>▪ Garanzie in supporto all'erogazione dei servizi.</li><li>▪ Utilizzo del direct marketing come canale di promozione.</li><li>▪ Accrescere la percezione turistica del distretto e della regione sul mercato nazionale ed estero attraverso partnership con tour operator "<i>best in practise</i>".</li><li>▪ Stimolare la mobilità dei turisti con promozioni mirate per ciascun segmento della domanda.</li><li>▪ Elaborare dati statistici a supporto della pianificazione territoriale, ampliando il sistema di informazione interna a supporto delle iniziative turistiche, attraverso la creazione di uffici IAT in comuni attualmente sprovvisti.</li><li>▪ Coordinare l'offerta alberghiera Teramana con la futura apertura del centro congressi nella città di Montesilvano.</li><li>▪ Unire la promozione turistica all'elaborazione della carta dei diritti del turista.</li><li>▪ Raggruppare la promozione turistica attraverso un portale web che sia fornito di servizi per turisti e residenti.</li></ul>
---	--

<b>Quantitative</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Creazione di nuovi prodotti turistici.</li><li>▪ Accrescere la capacità dell'offerta turistica privilegiando strutture di tipo rurale.</li><li>▪ Investimenti per la creazione di nuovi poli d'attrazione turistica. creando contemporaneamente agevolazioni finanziarie per la creazione di strutture alberghiere dotate di sale congressi e beauty farm, attualmente latitanti dall'offerta Teramana.</li><li>▪ Favorire la creazione di una DMO Teramana.</li><li>▪ Pianificare formule di vendita "<i>all inclusive</i>".</li><li>▪ Creare formule di finanziamento agevolate e supporto informativo che favoriscano gli investimenti da parte dei privati.</li></ul>
---------------------	---