



# Latina Turismo

Anno XL • numero 1 • giugno 2008

## Sommario

- 1 Latina Turismo, anno 40
- 3 Politica del turismo o politica nel turismo
- 4 La nuova legislazione per le imprese turistiche del Lazio
- 6 Qualche pensiero sui cambiamenti nella disciplina del turismo nel Lazio
- 9 Le isole ecologiche a Ponza e Ventotene
- 10 La comunicazione turistica
- 13 Promozione turistica... oggi come ieri
- 17 Ambiente e politica del verde  
Le iniziative in corso
- 20 La Riviera di Ulisse salva il Lazio marittimo
- 22 Gli ottocento anni dell'Abbazia di Fossanova
- 24 I primi 50 anni della Flacca
- 25 L'Anno Paolino e la rivisitazione dell'Appia Pontina
- 27 A Latina il XIX Raduno Nazionale dell'Associazione Carabinieri  
E nel 2009 tocca agli alpini
- 28 Notiziario

### In copertina:

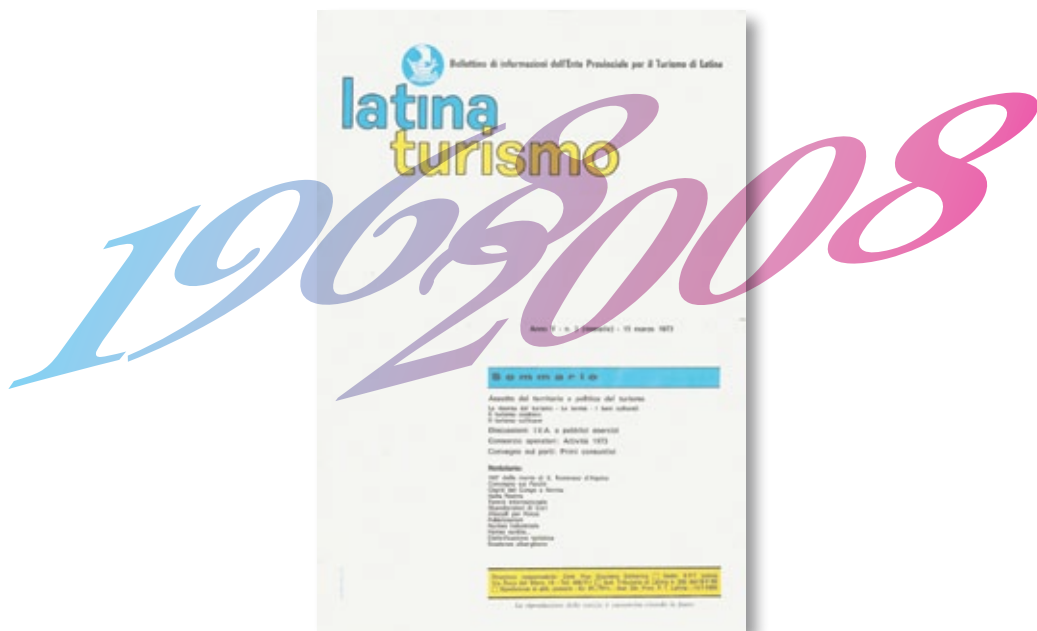
Il Borgo e l'Abbazia di Fossanova  
(Foto di Paolo Petrigiani - Arch. Apt Latina)  
XIX Raduno Nazionale Ass. Carabinieri  
(Foto di Sergio Pece)

Direttore responsabile Dott. Pier Giacomo Sottoriva • Sede: APT Latina - Via Duca del Mare, 19 - Tel. (0773) 69.54.04 - 69.54.07 • Aut. Tribunale di Latina n. 206 dell'8-7-1969 / Poste Italiane S.p.A. - Sped. in Abb. Post. 70% - Tassa pagata - DC Latina - • Abbonamento annuo L. 9.000 - L'importo va inviato a: Azienda Promozione Turistica - Latina - ccp. n. 12572046 • La pubblicazione delle notizie è consentita citando la fonte • Grafica e stampa: CIPES - Via Sabaudia, 63 - Tel. 69.27.08 - Latina.

## Latina Turismo, anno 40

*Questo numero di **Latina Turismo** segna anche il raggiungimento di un piccolo record: il 40° anno di edizione. E non sarà l'ultimo: poiché la LR n. 13/2007 ha trasferito tutte le competenze già dell'Apt alla Provincia, e poiché questa pubblicazione ha svolto un'azione meritoria, continuerà ad essere editata, con frequenza che sarà stabilita successivamente, anche quando l'Apt di Latina sarà stata assorbita dalla Provincia.*

***Latina Turismo**, le cui annate sono consultabili presso la sede dell'Apt e presso l'Archivio di Stato di Latina, fa parte del panorama di storia del Turismo della nostra area: ne ha registrato l'evoluzione, ha avanzato proposte, mosso critiche, raccontato sto- ➤*



rie, documentato il lento e spesso difficile crescere di un'attività che è parte della nostra economia, ha spesso sottolineato la valenza culturale dei nostri beni.

Questa è la constatazione di un fatto di cronaca, ma anche una piccola rivendicazione di orgoglio, se si pensa che questa "voce stampata" del turismo ha anche raccolto un discreto numero di abbonati paganti (abbonati veri e spontanei), fino a quando è durato l'Ept.

**Latina Turismo**, dunque, prosegue il suo colloquio con i Lettori, affiancandosi agli altri strumenti di comunicazione, dalle brochures ai

dépliants, ai libri a Internet.

Questo 40° compleanno è anche un'occasione per rivolgere a tutti i Lettori, ed in particolare agli Operatori Turistici della Provincia di Latina, agli Amministratori pubblici, alle Associazioni di categoria del Turismo, alle Forze dell'Ordine, ai Sindacati e a tutti coloro che prestano la loro attività lavorativa nel settore, un augurio sincero perché conseguano i risultati che si prefiggono.

Ad iniziare, naturalmente, da una ricca stagione turistica 2008.

**Armando Cusani**

# Politica del turismo o politica nel turismo

**I**l processo di decentramento della materia del Turismo, sia sotto forma di trasferimento di materie che di delega di competenze, sta compiendo, pur faticosamente, il suo corso nel Lazio. Ed ora emergono i punti di forza e i punti di debolezza di un'azione che è di politica del territorio, e, quindi, di responsabilità della classe dirigente locale. Qui, cioè, si individua il discrimine tra l'azione virtuosa che – acquisita la potestà piena a gestire – conduce ad esaltare il potenziale economico del turismo, facendone materia viva del benessere della nostra provincia; e l'azione egoistica di chi in esso vede solo una nuova occasione per conquistare posti di comando o costruire piccoli poteri.

Il discrimine, cioè, corre tra la *Politica per il Turismo* e la *politica nel Turismo*.

Nessuno è tanto ingenuo da non sapere che la politica permea di sé ogni attività, ma le esperienze negative maturate negli anni hanno anche insegnato che c'è **Politica e politica**. Anche recentissime discussioni sulla utilità – o meglio, sulla congruità – di forme associative pubbliche e sulla equa gestibilità di interessi comuni

hanno contribuito a dimostrare come sia facile confondere un'area di intervento per la collettività in una riserva per l'azione di singoli.

È vero, questo genere di discorsi non riguarda soltanto il turismo, ma qualsiasi ambito dell'operare umano e politico. Ma il turismo vanta sensibilità particolari che richiedono risposte particolari, perché esso non offre soltanto **beni** (un bell'albergo, un campeggio attrezzato, un agriturismo suggestivo) ma anche **servizi**, che provengono da matrici diverse: un buon comportamento del personale, una buona cultura dell'ospitalità, una saggia politica dei prezzi, ecc. E in questo campo non può discutersi che di interesse generale del territorio a che tutto vada come deve: si tratti di Iat (vedi le osservazioni di Trademark in altro articolo), di una classifica alberghiera o agrituristica o di "compagini" cui viene affidata la gestione di molto denaro pubblico, ma anche il conseguimento di risultati turistici.

**Armando Cusani**

*Presidente della Provincia di Latina*

*Commissario Straordinario dell'Apt*

*di Latina* □

# La nuova legislazione per le imprese turistiche del Lazio

**D**al 25 agosto 2007 è vigente nel Lazio la nuova legge generale sul turismo (L.R. n. 13 del 6 agosto 2007) che, come è noto, ha disegnato la nuova organizzazione pubblica del turismo, stabilendo anche una nuova disciplina per tutte le imprese turistiche. Il legislatore, nel delineare le nuove regole, ha utilizzato alcuni criteri generali, che prevedono l'assoggettamento di tutte le imprese turistiche ai medesimi principi generali; il rinvio della disciplina attuativa ai "regolamenti autorizzati", che sono in corso di emanazione e che detteranno le norme di dettaglio, compresa l'individuazione e le caratteristiche delle singole strutture ricettive; l'abrogazione della precedente normativa dal momento in cui entreranno in vigore tali regolamenti autorizzati.

La più significativa delle innovazioni riguarda gli stabilimenti balneari che assurgono al rango di "imprese" turistiche accanto alle imprese del ricettivo, così come sono considerati "imprese" turistiche gli esercizi di somministrazione che fanno parte dei STL (Sistemi Turistici Locali): è, tuttavia, prematuro parlare di quest'ultima fattispecie senza il Regolamento regionale che detterà le

norme di individuazione dei predetti STL. Quanto agli stabilimenti balneari, il legislatore, in deroga ai principi generali che hanno ispirato le nuove norme e creando, pertanto, qualche problema interpretativo, ha attribuito al Comune la competenza a ricevere la comunicazione dei prezzi annuali di detti esercizi, competenza che, in via generale, spetta alla Provincia per tutte le altre imprese turistiche.

Le competenze – restando sostanzialmente invariata la precedente normativa - risultano così distribuite:

- **Provincia:** sostituirà l'Azienda di Promozione Turistica di cui la legge in argomento ha previsto la soppressione, ed eserciterà nei confronti delle imprese turistiche gli stessi compiti amministrativi:

- attribuzione della classificazione (tranne che per gli agriturismi) e controllo della qualità dei servizi;
- ricevimento della comunicazione annuale delle tariffe con le operazioni conseguenti;
- assistenza agli operatori;
- ricevimento delle comunicazioni statistiche (coperte, com'è noto, da segreto d'ufficio);
- vigilanza sulle materie attribuite alla sua competenza.

La nuova legge, come si è detto, ha avuto come principio ispiratore quel-

lo di dettare poche regole generali, rinviando i dettagli ai regolamenti autorizzati. Essa, invece, è molto minuziosa nel delineare le regole per la comunicazione dei prezzi e nell'indicare le sanzioni amministrative pecuniarie che si applicano per tutte le tipologie del ricettivo: tale scelta, che sembrerebbe non compatibile con una normativa di tipo generale, è stata motivata dalla necessità e urgenza di far chiarezza in un settore (in particolare quello alberghiero) che in precedenza la Regione Lazio non aveva mai regolamentato, aprendo così veri e propri "vuoti normativi".

I più volte citati "regolamenti" di attuazione della legge sono, mentre si scrive, in avanzata fase di preparazione e di discussione e sarà interessante osservare se riusciranno a semplificare le procedure con regole certe e adeguate alle esigenze e alla flessibilità del mercato turistico. Le "bozze" dei regolamenti fin qui visionati, sottoposte anche alle Associazioni di categoria per i suggerimenti del caso, non sono immuni dal suscitare perplessità.

● **Comune:** rilascia la autorizzazione all'esercizio delle attività, provvede a tutte le operazioni relative (aggiornamento, sospensione, revoca, dichiarazione di decadenza) ed esercita la relativa vigilanza. Ha l'obbligo di indicare nell'autorizzazione la classificazione assegnata all'esercizio, la capacità ricettiva, il periodo di apertura e l'ubicazione della struttura. Non si

applica, dunque, alcuna semplificazione amministrativa e non è prevista la D.I.A. Va anche rammentato, a tal proposito, che mentre per gli esercizi di somministrazione è ormai soppressa l'autorizzazione sanitaria, l'attività ricettiva resta soggetta anche a tale adempimento.

Quanto al periodo di apertura, la legge delinea delle novità importanti, che andranno sicuramente meglio specificate attesa la delicatezza e le implicazioni che ne scaturiscono. Infatti, un esercizio ricettivo può essere: a) annuale e rimanere aperto per almeno nove mesi; b) stagionale, con una apertura minima di tre mesi e massima di nove mesi. La scelta va, evidentemente, effettuata a priori visto che il periodo di apertura deve essere indicato nell'autorizzazione all'esercizio (art. 26, 1° comma) ma il comma 7 dell'art. 30 (che è dedicato alla comunicazione dei prezzi) recita che, unitamente ai prezzi per l'anno successivo, i titolari o i gestori delle strutture ricettive comunicano alla Provincia "il periodo di apertura, annuale o stagionale, relativo all'anno successivo". Il dettato legislativo presenta, pertanto, qualche contraddizione, a meno che, intendendo cambiare il periodo di apertura non si intenda, in contemporanea, chiedere anche l'aggiornamento del titolo autorizzativo.

*Maria Caterina Santini*  
*Responsabile P.O. Imprese Turistiche*  
*dell'A.P.T. di Latina* □

# Qualche pensiero sui cambiamenti nella disciplina del turismo nel Lazio

● **Un anno perduto?** La legge regionale n. 13 del 2007 è già stata modificata due volte in quattro mesi: con la LR n. 14 e con la LR n. 26, dello stesso anno 2007. Non sono bei segnali. Sono, anzi, cattivi segnali, che denotano fretta e, forse, inesperienza. E una pervicace chiusura verso chi, forse, poteva dare suggerimenti disinteressati e validi. Con la conseguenza che, malgrado una rigorosa e “radetziana” cronologia degli adempimenti, che avrebbero dovuto vedere sopresse le Apt prima entro il 20 febbraio 2008, poi entro il 20 aprile 2008, le Apt hanno proseguito ad operare, come la legge stessa imponeva loro. Alcune – come quella di Latina, grazie ad un rapporto con la Provincia ispirato a ragionevolezza ed economia dei comportamenti – continuano a fare il proprio mestiere, altre sono state “commissariate” anche nella dirigenza, con quel che ne segue.

La Regione ha deciso di sostituirsi a tutte le Apt, tranne quella di Roma, che ha assunto tutti i carichi organizzativi della attività di promozione 2008. Quella decisione ha comportato che tutti i fondi regionali destinati – attraverso le Apt – ai territori provinciali (per pubblicità, promozione, finanziamento di Iat, eventi, ecc.) sono stati

accentrati sulla Regione stessa, e, in definitiva, sul territorio verso il quale la Regione ritiene di essere maggiormente in debito di attività, vale a dire Roma. Con quel che segue. In definitiva, il sistema turistico regionale “periferico” ha perduto un anno di lavoro, interrompendo (pur non riuscendoci sempre) una gestione che avrebbe potuto tranquillamente proseguire senza suscitare scandali.

● **Una legge riorganizzativa, con deroga.** Una delle novità del nuovo “sistema turismo” laziale è la distinzione tra turismo “agricolo” (la cui legge fondatrice ha addirittura preceduto – e parzialmente svuotato – la stessa legge generale di riforma) e il “restante” turismo. Così, gli Agriturismi – che saranno dei veri e propri alberghi, per qualità e dimensioni – sono stati sottratti alla competenza classificatoria generale, attribuita alla Provincia, e sono stati attribuiti all’Arsial. Di più, saranno classificati con criteri diversi da quelli degli alberghi e seguiranno una normativa dei prezzi parzialmente – e inesplicabilmente – diversa da quella degli alberghi. È una scelta che sembra obbedire più ad una logica di equilibri assessorili che ad una oggettiva esigenza di omogeneità rispetto al

mercato, che è il vero destinatario di tali norme.

● **I Sistemi turistici locali.** La legge regionale n. 13/2007 ha ridisegnato la struttura organizzativa che d'ora in avanti governerà le sorti del turismo laziale. Un posto primario viene riservato ai Sistemi turistici locali, collocati al primo posto nell'elenco delle figure che formano l'organizzazione turistica regionale. Seguono, nell'ordine, l'Agenzia regionale di promozione turistica, i servizi di informazione e accoglienza turistica (Iat) e le associazioni pro loco. Non si parla delle Province, che, pure, sono le titolari di tutte (o quasi) le funzioni turistiche di area.

In materia di Stl, si accusa già un ritardo: la legge assegnava 120 giorni dalla sua entrata in vigore (agosto 2007) per la specificazione dei c.d. "parametri minimi". Non ci sono ancora. E a proposito di "soci" dei Stl (art. 9 – comma 2) sembra di rivedere un film già visto nel 1960, quando furono riordinati gli Enti provinciali per il Turismo. Se qualcuno ha curiosità, si vada a rileggere il Dpr 1044 di quell'anno...

È, poi, interessante registrare qualche opinione sui Stl. In sede di Conferenza italiana del Turismo 2007, ad esempio, si è detto, in tema di *governance* turistica, che il ruolo dei Stl è "quello di superare la frammentazione della promozione". Una considerazione che esprime una ardente speranza, ma di

cui, forse, sarà lecito dubitare, fino a che non si conosceranno le dimensioni di area dei Stl e, soprattutto, i deterrenti giuridici per impedire agli enti locali di fare promozione in proprio.

Dal canto suo Franco Garbaccio, docente di statistica del turismo all'Università Partenope di Napoli, mentre ricorda che i Stl sono nati per colmare il vuoto causato dall'improvvisato smantellamento dell'assetto istituzionale pubblico del turismo imperniato sulle Apt, ha commentato (in una newsletter di Unioniturismo) che "unico punto che trova tutti d'accordo è che i Stl devono essere contesti turistici omogenei o integrati". Ed in virtù di questo assunto essi dovrebbero essere lo strumento magico capace di riportare il turismo italiano al primo posto nel mondo. "Ma la loro definizione "ecumenica", che sulla carta accontenta tutti, in realtà non definisce nulla, tanto è vero che l'applicazione non ha trovato nella maggior parte delle regioni italiane esiti significativi". In particolare per la buona ragione che è vago il concetto di *contesti turistici omogenei* su cui il Stl si regge: è un concetto che "non significa e non definisce nulla. Fu inventato dal legislatore allo scopo che non precisasse nulla". "Le conclusioni sono amare – aggiunge Garbaccio - in quanto ci troviamo di fronte ad una confusione totale, peraltro alimentata dal desiderio degli assessori al turismo di turno di risolvere i problemi di casa propria con formule magiche". ➤

● **Gli Iat.** A proposito della evoluzione della normativa turistica, un importante centro di studi della fenomenologia del Turismo e di gestione della qualità organizzativa dell'impresa turistica, la Trademark Italia di Rimini, ha scritto a proposito di Iat le seguenti considerazioni (il testo non è riferito esplicitamente al Lazio).

*“Il doppio ponte festivo [ndr: di aprile e maggio 2008] ha visto in circolazione 15 milioni di turisti, tra italiani e stranieri. La loro accoglienza dovrebbe essere un servizio pubblico, a tutela dell'ospite e della destinazione. Ma le pubbliche amministrazioni stanno rinunciando a questo servizio per affidarlo a terzi. Regioni, Province e Comuni, per motivi politici più che organizzativi, “affidano” gli uffici IAT a organizzazioni private, figliastre delle locali associazioni albergatori. Così quando un turista entra in un ufficio informazioni (IAT) non ottiene un servizio “disinteressato”, perché in pratica entra in un'agenzia viaggi”.*

● **Che marketing?** A proposito di marketing e di tutti gli annessi, la nuova legge regionale – forse anche giustamente – non ne fa cenno, proprio nel momento in cui quel modello (divenuto ormai una sorta di metafora del tutto e del nulla) viene considerato desueto, ed impone, perciò, una riflessione su ciò che dovrà sostituirlo. Anche parole come “fidelizzazione del cliente” stanno per compiere il loro corso finale, sostituite da una diversa maturità e capacità di auto-informarsi

del cliente, che sa come navigare su Internet, non solo per scegliere la meta che in quel momento ritiene più attraente, ma anche le tariffe e le modalità di ospitalità che presentino il miglior rapporto qualità/prezzo. E qui la “fedeltà” non c'entra.

● **Le consultazioni.** È stato detto che la consultazione sulla nuova normativa turistica è stata ampia e generalizzata. Non si nega, ma forse è mancata una sintesi informata, che può essere solo frutto di esperienza. Così, ascoltando diversi rappresentanti delle varie categorie turistiche sulle scelte fatte dal legislatore regionale, è capitato di sentirsi dire: “A noi interessava guardare solo le soluzioni che interessano la nostra categoria sindacale-economica”. Tanta sincerità – niente affatto ingenua, anzi, molto pragmatica – presupponeva che dalla analisi dei singoli suggerimenti “corporativi” sarebbe scaturita la sintesi della norma al di sopra delle parti.

● **Occasione perduta.** Perché la Regione Lazio, nel “costruire il nuovo sistema legislativo sul Turismo, non ha ritenuto di avvalersi dell'esperienza giuridica, amministrativa e di buonsenso che dirigenti e funzionari delle Aziende di promozione turistica hanno maturato in decenni di attività? Non stiamo parlando di contenuti politici della riforma: stiamo parlando di applicazione a quei contenuti di una esperienza, fatta di buonsenso, di vicinanza ai problemi veri e reali. Una rinuncia inspiegabile. (p.g.s.)



# Le isole ecologiche a Ponza e Ventotene

**L'**Azienda di Promozione Turistica di Latina, su incarico della Regione Lazio ai sensi dell'art.5 comma 5 della L.135/2001 e della Deliberazione di Giunta Regionale 1270/2003, ed in esecuzione della Deliberazione di Giunta Regionale n.1044 del 12.10.2004 ha provveduto ad attuare il Progetto Interregionale *L'Isola che non c'è*. Il progetto, oltre ad iniziative di carattere editoriale, pubblicitario e promozionale, prevedeva una serie di interventi a carattere sperimentale ed azioni integrate per la rivitalizzazione ecosostenibile delle isole minori, e nel caso specifico le Isole Pontine, tesori della natura e del paesaggio italiano "*che ci sono, ma non ci sono*", in quanto pur avendo qualità rilevanti rischiano di essere emarginate dai processi di sviluppo in atto e dai circuiti turistici di qualità.

L'azione relativa agli interventi di riqualificazione delle isole, al fine di esaltare l'immagine di aree di particolare pregio ambientale, attraverso il mantenimento dell'ordine e della pulizia dei luoghi di notevole richiamo turistico, ha previsto la realizzazione di Isole ecologiche tipo Eco Punto 4 telescopiche a scomparsa, in zona Porto di Ponza e tipo Eco Punto 6 telescopica a scomparsa in Via Olivi-Zona IACP in Ventotene".

Per quanto riguarda l'isola di Ven-

totene, i lavori sono stati ultimati e, dopo il collaudo del macchinario installato si effettuerà la consegna ufficiale al Comune di Ventotene. A Ponza è stato necessario procedere ad una nuova localizzazione dell'impianto in località Santa Maria ed i lavori sono in fase di esecuzione.



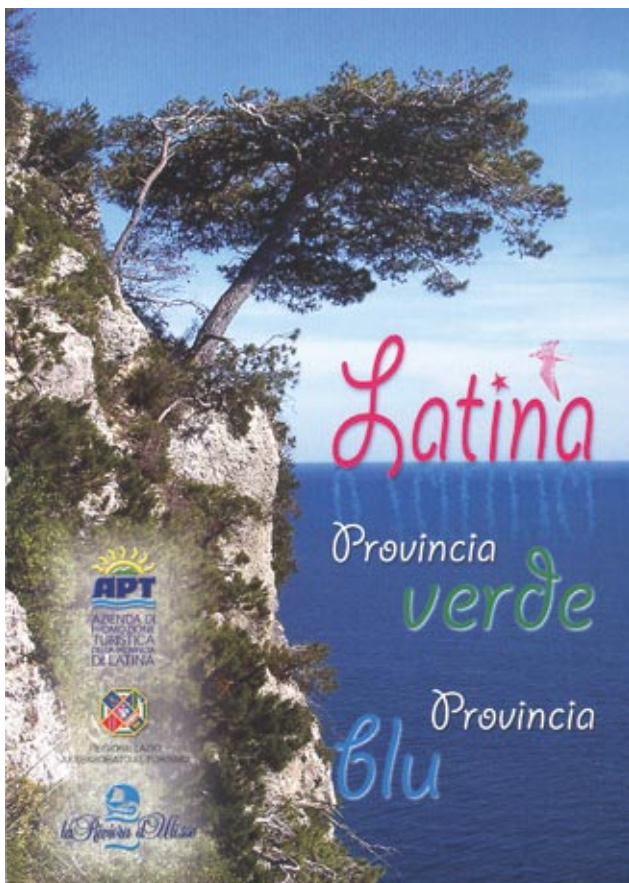
# La comunicazione turistica

**L'**Ente Provinciale per il Turismo di Latina, a partire dalla sua fondazione che risale al 1937, è stato, praticamente fino a pochissimi anni fa, l'unica istituzione territoriale che curasse in maniera globale la promozione, la conoscenza e, per quanto di competenza, la valorizzazione del patrimonio turistico provinciale. Un ruolo ed un impegno che sono stati ereditati dall'Azienda di Promozione Turistica istituita con L. R. 9/1997. Con il passare degli anni, e soprattutto nel passato recente, si è assistito ad una proliferazione di Enti ed Organismi pubblici e privati che hanno cominciato ad operare nel settore, nelle forme più varie, non sempre redditizie ed opportune in termini di rapporto tra investimenti (umani ed economici) e risultati, e in termini di costi e di duplicazione di iniziative e di interventi già progettati e realizzati.

Lungi dal voler affermare che l'Apt, e prima l'Ept, dovessero essere gli insostituibili titolari della gestione del settore, sarebbe stato segno di buon senso che si fosse riusciti a coordinare le nuove forze,

creando e sviluppando quella famosa sinergia di cui tutti parlano ma che, all'atto pratico, nessuno vuole o riesce ad attuare in modo serio e produttivo.

La nostra provincia, ed in questo caso non vale il detto "mal comune, mezzo gaudio", paga ancora un indistruttibile campanilismo e l'avversione alla cooperazione, che in altri territori ha dimostrato essere la vera forza per fare del turismo il re dell'economia locale. La natura in assoluto e l'uomo in parte, hanno voluto che nella nostra terra si concentrasse un insieme di realtà invidiabili e preziose, meritevoli di essere condivise con genti provenienti da ogni dove. Alcune di queste sono perle solo per il fatto che esistono; altre acquistano valore solo se l'uomo riesce a "sfruttarle" e a plasmarle, pur tutelandole, per un fine utile. Certo, costruire un prodotto e non farlo conoscere è cosa che nessuna mente dotata di una intelligenza normale farebbe mai, sicché l'espressione "La pubblicità è l'anima del commercio" non è un semplice slogan ma un concetto eco-



**La copertina della guida realizzata dall'APT di Latina  
- Gennaio 2008**

nomico. C'è però una condizione: che la pubblicità riesca a far scattare il desiderio di possedere il prodotto o di vivere un'esperienza piacevole. Ed è fondamentale per il turismo che essa non sia ingannevole, superficiale, dilettantesca.

Qualche decennio fa era certamente più semplice competere pur se le forme e le tecniche di comunica-

zione erano qualitativamente e quantitativamente minori, ma oggi come allora l'Ept/Apt ha profuso ogni impegno, tesaurizzando al massimo i poveri mezzi finanziari di cui disponeva, per attirare curiosità e interesse verso la provincia di Latina intesa come meta turistica.

Non si sono mai sottovalutate tipologia, bacino di utenza ed esigenze del turista e, assistiti da questi presupposti ed anche da indagini motivazionali, sono stati realizzati gli interventi: a volte focalizzati su temi specifici, più spesso destinati a comprensori ampi; alcuni destinati a favorire flussi turistici verso la provincia,

altri a fornire gli strumenti utili ed opportuni per agevolare la conoscenza della sua ricca e variegata offerta.

Opuscoli e pubblicazioni un tempo rappresentavano quasi l'unico mezzo di comunicazione, ed ancora oggi mantengono intatta tutta la loro validità grazie al costante adeguamento in termini di contenuti ►

e di capacità di penetrazione. E la settantennale attività editoriale dell'Ept/Apt, non ha trascurato nessuna delle realtà turistiche provinciali: mare e isole, collina, natura e ambiente, chiese e santuari, abbazie, itinerari turistici, musei e archivi storici, terme, trekking, enogastronomia, tempo libero. Una produzione che si è ampliata e diversificata nel tempo, rispettando canoni di qualità riconosciuti e apprezzati da tutti, e della quale hanno beneficiato operatori pubblici e privati per le proprie attività professionali. Questi strumenti, sono stati affiancati da altri mezzi di comunicazione come filmati-documentari (prima su pellicole, poi su supporti multimediali), inserzioni su quotidiani nazionali e riviste specializzate e, in un passato più recente, Internet.

Ma comunicazione e pubblicità significano anche partecipazione a fiere e borse turistiche, organizzazione di eventi e manifestazioni, accoglienza a convegni e congressi, stimolo, organizzazione ed assistenza per servizi televisivi e documentari, educational tours per giornalisti e tour operators, in quanto utili a favorire la conoscenza diretta e personale dell'offerta turistica e,

quindi, ad innescare quell'efficace strumento pubblicitario che è il "passaparola".

A questa consapevolezza, l'Ept/Apt ne ha sempre affiancata un'altra che ha permesso di raggiungere i risultati auspicati: la pubblicità deve essere stimolante e ben studiata, ma è preferibile non pubblicizzare un prodotto se non si ha la certezza di proporre qualcosa che non deluda le aspettative.

Per una provincia come quella di Latina, non si può continuare a pensare di attirare turisti proponendo una città, o un monumento, o un albergo. Pubblicità, come programmazione, progettualità, interventi operativi, promozione non debbono e non possono essere mirati su singole realtà, ma su comprensori geografici o su settori tematici, all'interno dei quali le singolarità diventano la *smart card*. E tutti gli attori debbono recitare bene la loro parte, e il "cast" deve essere bene amalgamato e professionale, perché l'obiettivo è comune; perché ci possono essere crescita e sviluppo individuali solo se ci sono quelli della collettività di settore.

**Bruno Maragoni**

*Responsabile P.O. Pubblicità e Promozione dell'Apt di Latina*

# Promozione turistica... oggi come ieri

**L'**Apt/Ept di Latina da oltre mezzo secolo è presente ed attiva nel campo della promozione turistica. Le esperienze degli anni Sessanta erano, ovviamente, diverse da quelle odierne, e la "propaganda" turistica di allora si svolgeva attraverso mezzi e strumenti non sempre assimilabili a quelli attuali (web a parte). Il territorio, nuovo e non organizzato, offriva grandi opportunità per inventare e sperimentare nuove strategie. Difficile, perciò, non chiamare pionieri gli "addetti ai lavori" di quel tempo.

Sfogliando l'album dei ricordi, si può constatare con quanta passione si è realizzato un programma di promozione del territorio e come, quasi dal nulla, siano stati costruiti opuscoli, pacchetti che offrivano "settimane azzurre" o itinerari guidati, libri che invitavano alla scoperta del magico mondo delle Isole Pontine, per non parlare delle prime intuizioni in fatto di promozione del patrimonio eno-gastronomico, in accordo con le Associazioni dei ristoratori: qualcuno ricorderà le Giornate della Gastronomia volute dall'allora presidente dottor Mario Costa nei primi anni Sessanta del Novecento.

Fu l'Ept di Latina a farsi promotore di una sinergia con altri soggetti

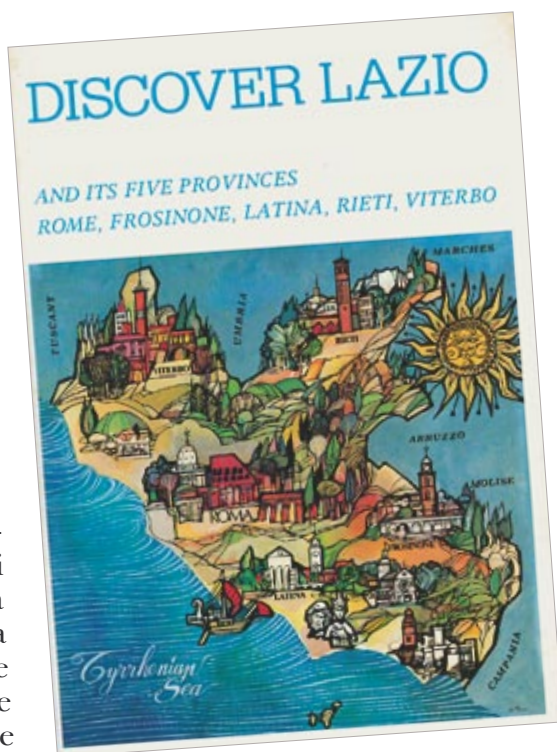


*Asta School at sea. L'arch. Riccardo Cerocchi consegna una medaglia ricordo al Presidente dell'A.S.T.A Italian Chapter. Ponza, Hotel Chiaia di Luna - Anno 1962 (Foto Archivio Apt Latina)*

turistici pubblici: con le AAST di Anzio, Albano Laziale, Frascati, Fregene, Cassino, Val di Comino e con l'Ept di Frosinone, con i quali costituì il Comitato di promozione turistica Lazio Sud. Il Comitato, unendo le poche forze e valorizzando l'unione, organizzò una serie di eventi nel Lazio e all'estero, studiò una linea pubblicitaria comune, partecipò alle prime borse e fiere del turismo, ➤

organizzò i primi Educational tours per agenti di viaggio e T.O. e per giornalisti, creò, d'intesa con le organizzazioni degli operatori, i primi pacchetti turistici "veri", poi gestiti dagli operatori stessi, progetti di promozione comune e piani di visita. La provincia di Latina fu una delle pochissime strutture turistiche che ospitò, oltre 30 anni fa, tramite l'Ept, l'Asta School at Sea, ossia un modello di visita di conoscenza della più grande organizzazione di T.O. americani, tenuti ospiti a Ponza. E ciò durò fino a quando la Regione Lazio assunse il pieno esercizio delle sue funzioni.

L'Ept di Latina è stato per decenni anche uno dei maggiori collaboratori della Regione Lazio nella promozione e nella pubblicistica turistica, come attestano studi, progetti ("I mari del Lazio", per citare) e l'organizzazione, quale ente delegato della stessa Regione, di numerose manifestazioni di vario genere all'estero, prima tra le quali la gestione, per oltre



dieci anni, delle Convention dell'American Society of Travel Agents, che si riuscì a portare in Italia nel 1985, quando giunsero a Roma circa 5.000 agenti di viaggio provenienti da tutto il mondo.

Tra le molte altre cose fatte, vanno ricordate: la partecipazione all'organizzazione

dell'accoglienza in occasione dei Mondiali di Calcio 1990 in Italia (l'Ept curò per la Regione una pubblicazione in più lingue, distribuita alle delegazioni straniere e italiane, che offriva occasioni di scoperta del territorio regionale); l'organizzazione, nel 1995, del programma per i 50 anni dalla fine della Seconda guerra mondiale, che richiamò nel Lazio – campo di dure battaglie - centinaia di viaggi di veterani e di giornalisti da ogni parte del mondo; la redazione e pubblicazione di una serie di brochure sui maggiori momenti di richiamo regionali; la collaborazione nell'accoglienza e nell'assistenza ai pellegrini del Grande Giubileo

del 2000 a Roma; il lancio del progetto “Discover Lazio”, attraverso un *handbook* che proponeva itinerari per escursioni e brevi viaggi alla scoperta del Lazio, realizzato in collaborazione con Fiavet Lazio e gli altri Ept del Lazio; il lancio di “*Rome and its land Lazio*”, che, su modelli pubblicitari dei grandi e



**W.T.M. Londra - Conferenza stampa. Intervento di Claudio Mancini, Assessore al Turismo Regione Lazio. - Londra Hyatt Regency - The Churchill Hotel, 13 novembre 2007**

purtroppo scomparsi Alfonso Artioli e Piergiorgio Maoloni, fu per anni lo slogan regionale all'estero, ora riapparso nella nuova formula di “*Lazio, the region of Rome*”. Numerose sono state le campagne promo-pubblicitarie che negli anni Ottanta l'Ept curò per il proprio territorio e per quello della Regione Lazio, attraverso rapporti di collaborazione con giornalisti che curarono il lancio in Gran Bretagna e negli Stati Uniti di decine di articoli e redazionali sulle valenze paesistiche e culturali e sugli eventi pontini e laziali.

Grazie all'attività di promozione, attraverso la partecipazione a fiere e work-shop, il territorio della provincia di Latina è stato presentato e fatto conoscere in molti Paesi del mondo. Nel 2003 la Delegazione Enit di Mosca affermò, durante un

briefing, che il Lazio era fra le prime regioni prescelte dai “nuovi” turisti russi e che la “Riviera di Ulisse” era considerata la punta di diamante di questo nuovo trend. Di questa attività professionalmente impegnata c'è anche una traccia che sembra giusto ricordare: “Desideriamo esprimervi tutti i nostri più sinceri complimenti per la gestione della giornata del 7 novembre 2006 a Londra in occasione del World Travel Market. L'organizzazione, la serietà e il valore sia della conferenza stampa che del Gala dinner sono stati assoluti e per noi di grande supporto per l'esordio pubblico dell'Agenzia. Desideriamo pertanto non solo complimentarci per la grande professionalità e l'organizzazione, ma anche ringraziare...” (i nomi non contano in questa sede). La firma è dell'Agenzia ➤

regionale per la Promozione turistica del Lazio.

L'Apt è stata, inoltre, promotrice dei primi accordi provinciali sottoscritti con gli altri Enti pubblici (Provincia e Camera di Commercio) e le Organizzazioni di categoria (Confcommercio, Confesercenti, Confindustria) per la realizzazione di programmi di promozione e di pubblicità turistica in comune, ed è stata tra i fondatori di *Visit Latina*.

In un mondo dove tutto è on-line, gli strumenti di comunicazione e, quindi, di promozione sono diventati anche altro rispetto al passato: il sito web dell'Apt di Latina è frequentato da milioni di contatti annui (le statistiche vengono dalla "rete"); è in corso di formazione un nuovo sito web ("Latina Turismo") che aggiornerà e poi sostituirà l'attuale quando l'Apt sarà confluita nella struttura organizzativa della Provincia; le e-mail sono strumento quotidiano per dare una più efficiente risposta alle numerose richieste di informazioni da parte di utenti nazionali ed internazionali, affiancandosi ai tradizionali sistemi

di comunicazione e di spedizione; la pubblicazione in rete di opuscoli che fanno parte del patrimonio editoriale dell'Azienda dà una risposta

immediata ed esauriente a domande più complesse che vengono dalla sempre più esigente utenza.

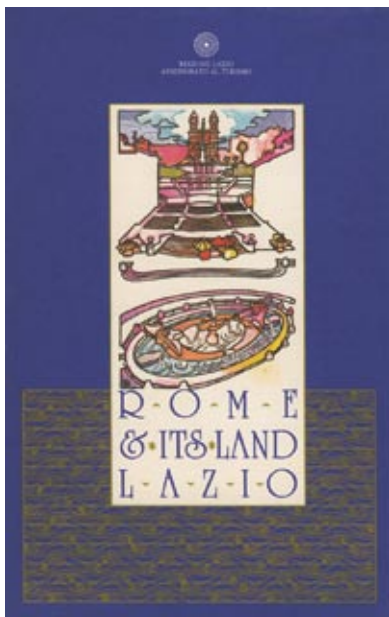
Questo elenco potrà anche sembrare presuntuoso, forse è solo un po' orgoglioso: ma è fondato su fatti documentati.

Proviamo a concludere: l'introduzione di tecnologie sempre più avanzate non deve indurre in errore chi opera nel campo della promozione turistica. Nessun web sostituirà mai la cortesia e il

calore del contatto personale, di un aiuto dato a chi è in difficoltà, di un consiglio disinteressato, di un "di più" che si dona al turista particolare. Il dialogare e sapere ascoltare i bisogni dei turisti sono e rimarranno sempre il prezioso punto di partenza per chi si dovrà occupare di studiare e realizzare piani di sviluppo turistico e, parallelamente, di fare promozione.

**Anna Maria Mantione**

*Responsabile Promozione turistica  
e manifestazioni Italia-estero  
dell'Apt di Latina*





# Ambiente e politica del verde

## Le iniziative in corso

**N**el settore turistico il “paesaggio” rappresenta una risorsa primaria, un input culturale, ma consumabile. Nel mercato del turismo globale, un approccio etico e sostenibile consente il raggiungimento di un nuovo concetto di fruizione dell’ambiente. A livello locale, la pianificazione degli interventi di salvaguardia deve saper integrare i piani per il turismo con le politiche paesaggistiche, al fine di consentire uno sviluppo antropico in armonia con l’ambiente, nel rispetto della sostenibilità. Lo scopo è la crescita in tutti i settori di sviluppo, rispettando le peculiarità del territorio, e tutelando perché restino “ricchezza”. Le azioni condivise possono agevolare la crescita di una comunità: lo sviluppo di interventi di tutela può soddisfare i bisogni dei cittadini e dei visitatori, l’imprenditoria giovane può essere incentivata, i centri di ristoro e di degustazione possono essere arricchiti, i marchi di qualità enogastronomici possono essere realizzati e diffusi, il contatto con le comunità locali può essere migliorato, i laboratori di educazione ambientale possono godere di più

attenzione, come pure i percorsi didattici, le lezioni all’aperto, le escursioni.

L’ambiente diventa attore principale, non più un settore per pochi imprenditori coraggiosi, ma uno spazio vitale dell’economia. Anche la Regione, con la recente legge 13/2007 sull’organizzazione del sistema turistico laziale, riconosce lo sviluppo sostenibile tra le finalità della programmazione turistica e promuove l’innovazione del prodotto attraverso il sostegno dei sistemi di certificazione ambientale dei servizi e delle strutture turistiche e tra gli interventi a favore del turista-consumatore, contempla, anche, l’adozione della “carta del turista” contenente, fra l’altro, informazioni sull’educazione ad un turismo responsabile nei confronti della comunità ospite.

Il turismo pontino beneficia di una felice posizione territoriale, del clima mite, ma la convivenza nel territorio di attività economiche e di aree naturali protette, richiede la massima attenzione nel lancio delle offerte. E la stessa propaganda deve muoversi sottolineando la ►

qualità dell'ambiente e i rischi di una manomissione.

Lo scorso mese di marzo, l'Apt di Latina ha presentato la pubblicazione *Latina Provincia Verde Provincia Blu*, che ha come tema il territorio pontino protetto e la sua grande varietà di habitat ed ecosistemi. Alla presentazione hanno aderito amministratori locali e dirigenti del Parco Nazionale del Circeo e dei Parchi Regionali. La pubblicazione illustra la fascia costiera e procede verso quella pedemontana, distinguendo ambienti naturali, come la costa e la duna, i laghi, i corsi d'acqua superficiali, le zone umide, l'agricoltura e il tessuto urbano. Illustra il territorio, ne narra la storia naturale, la biodiversità, il giardino monumentale, la suggestione tracciandone qualche curiosità. Descrive i Parchi regionali, quello nazionale del Circeo, i parchi "desiderati" nella collina, i Monumenti naturali, le Oasi, le isole e le zone di mare protetti.

All'opuscolo hanno dato la loro collaborazione il Parco Nazionale del Circeo, il Parco Regionale della Riviera di Ulisse, il Parco Regionale dei Monti Aurunci, la Fondazione Roffredo Caetani, la Riserva Naturale Statale e Area Marina Protetta Isola di Ventotene e Santo Stefano, il Monumento Naturale di Camposoriano, il Monumento Naturale Lago di Fondi. I luoghi descritti rappresentano

il turismo verde e quello blu-mare in provincia di Latina, un fenomeno che viene in rilievo non solo dal punto di vista naturalistico, ma anche economico. Esso garantisce, infatti, la destagionalizzazione del prodotto con nuove idee di marketing, utili per stimolare l'allungamento dei soggiorni.

Ma proprio la bellezza di questi posti, mentre fa da sirena per richiamare visitatori, dovrebbe stimolare comportamenti responsabili e consapevoli, motivando l'elaborazione di strategie di conservazione della natura e di sviluppo sostenibile per andare alla conquista di nuovi mercati (basti pensare al cicloturismo, al turismo didattico, naturalistico, della terza età, ai musei tematici).

Per preservare e proteggere la natura, la flora e la fauna, per assicurare il legame fra ambiente e salute, per migliorare le azioni dell'uomo, l'orientamento è quello di uno Sviluppo sostenibile. Agenda 21 è uno degli strumenti di sfida. Avviata dalle amministrazioni pubbliche della Provincia di Latina, ha lo scopo di coordinare e gestire le iniziative progettuali da parte dei cosiddetti "portatori di interesse". L'Apt ha fin qui partecipato alle sedute e ai forum, contribuendo con l'esperienza di chi sa di dover conciliare marketing e mantenimento dei capisaldi dell'offerta-Natura.

## CIRCUITO 2 - "MITOLOGICO"



Sul tema del turismo, Agenda 21 censisce le attrattive, individua le risorse turistiche, connota il turista ed i visitatori, analizza gli strumenti di comunicazione, promuove forme di progettazione condivisa e si confronta, reclamando investimenti per la qualità dell'edilizia, l'ecosostenibilità delle strutture ricettive, la formazione del personale, la qualità nei servizi. Introduce, poi, il rispetto di parametri ambientali legati all'uso delle risorse energetiche e idriche e al rispetto delle modalità di raccolta differenziata.

Tutti i comuni pontini hanno dimostrato sensibilità al problema ambientale presentando progetti, attivando forum telematici e piani di azione. In particolare, il comune di Sabaudia ha esposto la bozza dettagliata del Piano di Azione Locale. Un primo gruppo di proposte ha individuato progetti riguardanti centri di sperimentazione, ricomposizione della foresta, ecolavoro, reti di monitoraggio, sistemi di ricettività diffusa, centri di compostaggio, reti di percorsi ciclabili, nuova accessibilità alla costa, "mura verdi", barriere frangivento, l'ottimizzazione della raccolta differenziata, i rapporti con la città.

Prioritario interesse è stato mostrato verso il progetto verde di riqualificazione del paesaggio urbano, verso la rete delle piste ciclabili, già illustrata in un precedente numero di Latina Turismo, per riappropriarsi del territorio nelle forme di mobilità alternativa. Incentivati tutti gli interventi tesi al risparmio delle risorse energetiche e idriche, nell'inserimento dei prodotti di origine biologica nel ciclo produttivo agricolo e nella realizzazione di un centro di compostaggio.

**Patrizia Morsicani** □

## **Bandiere Blu**

# **La Riviera di Ulisse salva il Lazio Marittimo**

**L**a provincia di Latina conferma anche per il 2008 l'assegnazione di tre Bandiere Blu, su un totale di 104 in Italia, da parte della F.E.E. (Foundation for Environmental Education), in collaborazione con il COBAT (Consorzio obbligatorio per la raccolta delle batterie esauste). Oltre al numero, c'è anche la conferma delle località alle quali è andato il prestigioso riconoscimento: Gaeta, Sabaudia, Sperlonga. Verrebbe da dire che se non ci fosse la provincia di Latina, il Lazio sarebbe privo di bandiere blu, visto che oltre alle località pontine non ci sono altre città che hanno avuto il riconoscimento. E Ventotene ha meritato 4 "vele" da Legambiente.

Ma se questo è sicuramente motivo di orgoglio per queste città e per le rispettive Amministrazioni,

qualche riflessione meno ottimistica viene da fare sulle persistenti assenze delle altre città turistico-balneari della provincia, per non parlare dell'analogo riconoscimento per gli approdi turistici che vede la presenza solo della Base Nautica Flavio Gioia di Gaeta nell'elenco dei 56 premiati. C'è di più: molti Comuni balneari si fanno regolarmente cogliere impreparati dall'arrivo del bel tempo



**Sabaudia (Foto I-Buga - Archivio Apt Latina)**



*Gaeta - (Foto Luciano Romano - Archivio Apt Latina)*

(che comincia in primavera, non alla fine di giugno), anche se spesso reclamano e pretendono di inviare delegazioni in costosa promozione su varie piazze.

A Gaeta, Sabaudia e Sperlonga va, dunque, riconosciuto il merito di aver continuato ad operare sulla strada giusta; di avere dedicato la giusta attenzione alla qualità delle acque di balneazione, alla depurazione delle acque reflue, allo sviluppo di determinati servizi come la raccolta differenziata, le aree pedonali, le piste ciclabili, le aree verdi, la cura dell'arredo urbano, all'educazione am-

bientale, all'agevolazione della fruizione da parte di soggetti diversamente abili, al miglioramento delle strutture ricettive e degli stabilimenti balneari, degli arenili, dei servizi di informazione turistica e di utilità pubblica sanitaria, della gestione del patrimonio culturale.

In breve, tale riconoscimento è il risultato di un'azione sistematica e prolungata nel tempo, finalizzata alla corretta gestione del territorio, nel rispetto dei rigidi criteri indicati dalla F.E.E



*Sperlonga - (Foto Pier Giacomo Sottoriva)*



# Gli ottocento anni dell'Abbazia di Fossanova

**O**ttocento anni di storia, arte e spiritualità in una delle maggiori 'perle' del Lazio. È il tema della mostra allestita a Roma dalla Regione Lazio presso il Complesso del Vittoriano, a cura dell'Assessorato alla Cultura, in collaborazione con l'Assessorato al Turismo. L'esposizione ripercorre la nascita e le trasformazioni del primo complesso cistercense-borgognone nel Lazio, attraverso un percorso ricco di reperti archeologici, mosaici, codici medievali, reliquie, ceramiche e manufatti, che illustrano gli aspetti storici, religiosi, sociali, artistici e architettonici dell'Abbazia di Fossanova, a partire dal XII secolo. La mostra sottolinea la grande influenza religiosa, politica e sociale che l'istituzione nata da *Cistercium* ebbe sull'intero territorio circostante, rievocando gli aspetti più salienti di vita e lavoro dei monaci che vi abitavano e i legami che essi ebbero con il monachesimo cistercense in Italia e in Europa. La mostra è divisa in 4 sezioni ed è arricchita da un contributo video. Alla mostra l'Apt di Latina ha contribuito con la messa a disposizione di materiale fotografico del suo archivio, relativo sia all'abbazia che al territorio. L'assessore alla Cultura della Regione, Giulia Rodano, ha detto che questa mostra è "un riconoscimento dovuto e autentico ad

un luogo straordinario della nostra regione", una perla di quel Lazio non da tutti conosciuto che si sta tentando di riproporre, valorizzare e portare agli occhi di tutto il mondo. L'abbazia, difatti, è stata riconosciuta come uno dei cinque "attrattori culturali" su cui la Regione sta concentrando investimenti e risorse.

## **Un monumento straordinario**

L'intero complesso abbaziale oggi esistente è dovuto ai monaci cistercensi, venuti a Fossanova nel 1135; Innocenzo III, nel 1208, ne consacrò la chiesa. L'abbazia decadde con l'istituzione della commenda, nel sec. XV. Nonostante qualche restauro compiuto dagli abati commendatari e i danni successivi alla confisca del complesso monastico nel periodo napoleonico e post-unitario, l'insieme degli edifici è giunto fino ai nostri tempi in buone condizioni; dal 1874 è monumento nazionale.

Oltre alla solenne semplicità della chiesa, sottolineata dai possenti pilastri e dalle nervature, e oltre all'elegante *rosone*, che ne fregia la rigorosa facciata (restaurata alla fine degli anni Novanta del XX secolo) e che disegna giochi di luce di grande suggestione in alcune ore del giorno, sono da evidenziare alcuni ambienti di grande importanza



**La navata centrale dell'Abbazia di Fossanova**  
(Foto Alessandro Vannini - Archivio Apt Latina)

architettonica: il *chiostro*, delineato da una duplice serie di colonnine marmoree binate, l'una diversa dall'altra; la splendida *sala capitolare*; e il *refettorio*, anch'esso di recente scavato per evidenziarne le fondamenta antiche, e restaurato.

Nell'abbazia morì il 7 marzo 1274 San Tommaso d'Aquino che, durante un viaggio di trasferimento a Lione, fu colto da malattia (alcuni dicono a seguito di una caduta dalla cavalcatura,

altri dicono, forse, avvelenato): nel chiostro si conserva una pietra che reca due impronte ritenute le orme che l'asino del Santo lasciò al momento del trapasso del suo padrone.

Ai monaci cistercensi, che governavano il complesso, sono succeduti, dopo altri religiosi, i frati minori conventuali, che ebbero affidata l'abbazia e la parrocchia da mons. Pio Leonardo Navarra, vescovo di Terracina, Priverno e Sezze. In una cappella della chiesa abbaziale si conservano tre affreschi staccati dal sec. XIV; è sempre del sec. XIV una *Madonna con Bambino* proveniente da un oratorio annesso all'abbazia. Interessante è la stanza del transito di san Tommaso d'Aquino, nella foresteria del complesso abbaziale: la sua trasformazione in cappella è opera dell'abate commendatario card. Francesco Barberini, che la dotò di un bassorilievo marmoreo di scuola berniniana. L'abbazia

sorge all'interno del suggestivo borgo medievale di Fossanova, nel quale sono da visitare anche le vecchie stalle, ora trasformate in museo e ufficio informazioni, e la ex *infermeria*, divenuta sala per concerti e convegni.

L'abbazia di Fossanova è luogo designato per l'acquisto dell'indulgenza giubilare.

(Da I luoghi dello spirito. Chiese giubilari e santuari in provincia di Latina, Ediz. Apt Latina, 2000).

□

# I primi 50 anni della Flacca

**E**sattamente 50anni fa veniva aperta al traffico quella che fu definita “la più bella strada d’Europa”, la strada litoranea Flacca che collegava, per la prima volta dopo duemila anni, Terracina a Gaeta, attraverso il territorio di Fondi, Monte San Biagio, Itri e, soprattutto Sperlonga, la cittadina che ne ha tratto grandissimi benefici.

La Flacca venne poi proseguita fino a Formia, dove, però, prese il nome di Litoranea. Voluta dal Comune di Gaeta, progettata dall’ingegnere Gastone Maresca (prematuramente scomparso in un incidente stradale e sostituito dall’ingegnere Erno Bellante, con il quale collaborò l’ingegnere Giuseppe Carollo), finanziata



Il 9 febbraio 1958 venne inaugurata la SS 213 Flacca, “la strada più bella d’Europa”.

Era una conquista dal punto di vista dei collegamenti e della scoperta al traffico nazionale di Gaeta e Sperlonga, fino allora tagliate fuori.

Ma era, soprattutto, la prima grande opera pubblica del dopoguerra, destinata a saldarsi con la SS 148 Pontina e con la “Mediana” per creare il primo grande canale alternativo alla via Appia, che sarebbe proseguito verso Napoli collegandosi con la SS Domitiana Quater.

Il collegamento lungo la costa venne completato con la denominazione di “Litoranea” fino a Formia.

Il Comune di Gaeta fu il principale promotore di quell’arteria, progettata da Gastone Maresca e completata da Erno Bellante e Giuseppe Carollo.

La strada fu finanziata dalla Cassa per il Mezzogiorno e interamente costruita dalla Provincia di Latina attraverso il suo Ufficio Tecnico.

Nell’anniversario dei primi 50 anni, la Provincia di Latina ha voluto ricordare con un volume quell’evento e rendere omaggio ad Amministratori, Progettisti, Tecnici e a quanti si adoperarono e si sacrificarono per realizzare quell’opera.

*Al Presidente  
della Provincia di Latina  
unitamente ai Sindaci  
di Gaeta, Sperlonga e Formia  
e di Terracina, Fondi,  
Monte San Biagio e Itri,  
è lieto di invitare la S.P.  
alla presentazione del volume*

**LA VIA LITORANEA FLACCA  
1958 - 2008**

*a cura di Pier Giacomo Sottoriva*

*a Sperlonga*

*il giorno 13 giugno 2008, alle ore 17,30*

*presso la ex chiesa*

*Avanti in Cielo di Sperlonga*



dalla Cassa per il Mezzogiorno e appaltata dalla Provincia di Latina, la strada venne costruita in pochi anni, ed è tuttora uno degli esempi di qualità tecnica e di efficienza amministrativa.

Di più: la strada fu il segmento terminale di un nuovo asse stradale alternativo all'antichissimo "corridoio" rappresentato dalla via Appia da Roma a Formia. Il nuovo sistema viario comprendeva la Pontina (da Roma a Latina), la "Mediana" (da Latina a Terracina) e la Flacca (da Terracina a Gaeta), oltre, come si diceva, il tratto di collegamento Flacca-Formia. L'intero nuovo asse fu costruito in un decennio.

Per ricordare la strada (oggi divenuta regionale e affidata all'Astral) la Provincia di Latina ha realizzato un volume che rievoca il percorso tecnico e organizzativo e i risultati conseguiti. Il testo è di Pier Giacomo Sottoriva, che ne ha curato anche un ampio apparato fotografico d'epoca, recuperando preziosa documentazione. Il volume è stato presentato a Sperlonga il 13 giugno, alla presenza del Presidente Armando Cusani, delle Amministrazioni interessate e di coloro che all'epoca furono protagonisti della vicenda.

*(Provincia di Latina, La via Litoranea Flacca. 1958-2008, a cura di Pier Giacomo Sottoriva).*

## L'Anno Paolino e la rivisitazione dell'Appia Pontina

In occasione dei festeggiamenti del bimillenario della nascita dell'Apostolo Paolo di Tarso, a partire dal prossimo 28 Giugno 2008 e fino al 29 Giugno 2009 si svolgerà l'Anno Paolino, indetto dal Pontefice Benedetto XVI. La provincia di Latina è particolarmente interessata all'evento, in quanto, com'è noto, due sue antiche località sono menzionate negli Atti degli Apostoli come i luoghi nei quali San Paolo incontrò le prime comunità cristiane di Roma che gli erano venute incontro.

Si tratta di *Forum Appii* o Forappio e di *Tres Tabernae*, in territorio di Sezze e Latina. Ma il percorso di San Paolo nel suo viaggio di avvicinamento a Roma, svoltosi nel 56 d.C. o, come molti indicano, nel 61, è interessato per l'intero svolgimento dell'antica Appia dal fiume Garigliano (il romano *Liris*) fino alla *statio ad Sponsas*, oggi (forse) Le Castella di Cisterna.

La strada ha subito nei secoli numerose modifiche, e tra la fine dell'Impero romano e la bonifica di Pio VI (fine Settecento) fu addirittura interrotta dalle paludi; è stata al centro di numerosi episodi legati all'attraversamento di grandi personaggi, di eserciti, a ripetute invasioni, al brigantaggio: ma la sua "fisionomia", storica e paesaggistica, è rimasta identica, disegnando tuttora un grande contesto culturale e ambientale attraverso la Pianura Pontina, l'Agro di Fondi e la piana del Garigliano, incontrando città antiche (Cisterna, Terra- ➤

cina, Fondi, Itri, Formia, Minturno) e nuove (Latina, Pontinia) o costeggianti (Gaeta) e ponendosi come colonna vertebrale del sistema di penetrazione verso l'interno (Ninfa, Sermoneta, la collina in genere, la valle dell'Amaseno, la Terra di San Benedetto).

La parte finale del viaggio Paolino prese le mosse da Pozzuoli e si concluse a Roma ed esso si pone quasi come discriminazione culturale tra due grandi epoche. Attraverso questo fondamentale episodio generatore di un ecumenismo nuovo, possono riscoprirsi le antiche vicende che hanno investito la Via Appia e le emergenze che vi si sono stratificate nei secoli: viaggi di artisti, *centuriationes*, l'età imperiale, le scorribande barbariche, la decadenza, la riscoperta e il Grand Tour, le bonifiche; le costruzioni, i sepolcreti, le città, le "migliaie", libri e documenti. In altre parole, l'Anno Paolino può diventare una bella occasione anche per il turismo religioso (ma non soltanto) pontino per proporsi all'attenzione esterna.

La rievocazione del viaggio potrebbe condurre alla localizzazione sul percorso della via Appia delle maggiori emergenze, per creare un grande itinerario "monumentale", fatto di storia, di memoria e di cultura, da visualizzare con targhe esplicative, che, accompagnando l'Appia, segnalino i luoghi. L'Appia diventerebbe, così, un grande libro aperto e raccontato.

Questa localizzazione dovrebbe essere esaltata anche con la "individuazione" culturale di *Forum Appii* e di *Tres Tabernae* attraverso manifestazioni che potrebbero avere come centro la chiesa



Josepe de Ribera, S. Paolo, 1637, Museo Diocesano Arte Sacro, Vitoria-Gasteiz

di San Paolo di Tor Tre Ponti, intermedia tra le due località, ma che si saldino all'area meridionale, dal Garigliano (che San Paolo attraversò sul *Pons Tiberinus*) a Minturno, a Formia, Gaeta e ai grandi itinerari della religiosità storica e tradizionale della Provincia: i santuari (Madonna della Civita, Santa Maria del Colle a Lenola, che ospita una bella "Conversione di Paolo", Montagna Spaccata, Santa Maria Goretti ecc.), i grandi edifici della cultura (duomo di Fondi, Abbazie di Fossanova e Valvisciolo, Duomo di Sezze).

# A Latina il XIX Raduno Nazionale dell'Associazione Carabinieri

## *E nel 2009 tocca agli alpini*

**D**al 22 al 25 maggio si è svolto a Latina il XIX Raduno dell'Associazione Nazionale dei Carabinieri d'Italia, alla quale il Comune di Latina ha conferito la cittadinanza onoraria. La città di Latina e tutta la Provincia sono state per tre giorni impegnate in eventi particolari e di grande rilievo, e tra esse ha spiccato il famoso Carosello Storico a cavallo. Nella giornata finale, *clou* dell'evento, si sono concentrati a Latina oltre 50 mila Carabinieri dell'Associazione provenienti da tutta Italia, che hanno dato vita ad una sfilata durata ore e svoltasi in un ordine impeccabile. La macchina organizzativa, coordinata dal Comando Provinciale dell'Arma, ha funzionato al meglio; ed anche il sito web dell'Ufficio Informazioni dell'Apt di Latina, attivo da mesi, è stato un utile punto di riferimento per tutti i radunisti; gli Operatori del Turismo provinciale coinvolti per il soggiorno e la ristorazione degli ospiti, hanno dato la massima disponibilità e contribuito al successo della manifestazione. Una soddisfazione che l'Azienda di Promozione Turistica condivide con tutti gli altri Organizzatori, ad iniziare dal Comune capoluogo e dalla Provincia.



*XIX Raduno Nazionale Carabinieri - 22-25 maggio 2008 - La sfilata a Latina - (Foto di Sergio Pece)*

Per il 2009 si preannuncia un altro e altrettanto impegnativo evento: il **raduno nazionale degli Alpini**, che confluiranno su Latina in numero anche maggiore. Una dimostrazione si è avuta in occasione della presenza dell'Apt alla fiera di Vicenza – terra di Alpini – a Ravenna ed in altre occasioni: le richieste di informazioni e di prenotazioni sono state numerosissime e preannunciano un altro grande successo di Ospiti. □

## ◆ **L'ALBO PROVINCIALE DELLE ASSOCIAZIONI PRO LOCO**

La Provincia di Latina, dando attuazione a quanto disposto dalla Legge Regionale di riforma del turismo, n.13/2007, ha deliberato con atto n.89, adottato dal Consiglio Provinciale nella seduta del 10 dicembre 2007, l'istituzione e la gestione dell'Albo Provinciale delle Pro Loco, che sostituisce l'Albo Regionale. La specifica competenza sulle Associazioni Pro Loco era stata già attribuita con L.R.14/1999 e s.m.i., ma la Provincia di Latina ha ritenuto in quel caso opportuno confermare la gestione della materia all'Azienda di Promozione Turistica di Latina che la curava per effetto della L.R. 9/1997.

Tra le novità principali rispetto alla precedente normativa c'è quella della possibilità di iscrizione di più Pro Loco anche di uno stesso comune, ma alla condizione che nel territorio comunale esistano "più località fortemente caratterizzate e distinte sotto il profilo turistico". La Deliberazione di Consiglio Provinciale ha stabilito le modalità, i requisiti e la documentazione necessaria per l'iscrizione all'Albo: 1) domanda sottoscritta dal Presidente della Pro Loco (costituita ai sensi dell'art.15 – comma 1 e 2 della L.R.13/2007) o suo delegato; 2) copia autentica dell'atto costitutivo e dello statuto; 3) parere del Comune in cui è costituita la Pro Loco, ovvero dimostrazione che siano decorsi inutilmente

i termini per il rilascio del parere; 4) copia del bilancio di previsione dal quale si ricavano le fonti ordinarie di entrate e le spese di funzionamento che esse copriranno.

## ◆ **PROTOCOLLO DELLA FONDAZIONE ZEI**

La Fondazione "Marcello Zei" di San Felice Circeo, di cui sono Fondatori il Comune di San Felice Circeo, l'Apt di Latina e la Famiglia Zei, ha sottoscritto un accordo di collaborazione con l'Accademia Valdarnese del Poggio di Monteverchi, presieduta dal professor Franek Sznura, unendo le loro forze e competenze per favorire la salvaguardia e la valorizzazione dei rispettivi patrimoni di beni culturali e di reperti paleontologici e preistorici, ai fini di una crescita culturale della società, ed in particolare delle giovani generazioni.

La collaborazione si svilupperà attraverso iniziative comuni di studio, ricerche, formazione, progetti, mostre, conferenze, convegni, attività didattiche, scambi culturali, informazioni tecniche derivanti da attività di laboratorio e di restauro.

## ◆ **DUE NUOVI MONUMENTI NATURALI**

La provincia di Latina si arricchisce di due nuovi Monumenti Naturali, istituiti con D.P.R.L. n.428/2007 e n.430/2007 pubblicati sul BURL



*Monumento naturale Torrecchia Vecchia (Foto di Carlo Perotto)*

n.21 del 30.07.2007: **Lago di Giulianello e Torrecchia Vecchia.** Il primo, che ricade nei territori di Cori ed Ardena, è caratterizzato dalla presenza del lago omonimo, biotopo di interesse paesistico, e di boschi ed aree di alto valore ambientale, avifauna tipica delle zone umide, una particolare complessità del sistema geologico ed idrogeologico. Il secondo si estende, invece, in territorio di Cisterna di Latina e Cori ed ha tra le sue peculiarità, interessanti boscaglie ed habitat naturali che ospitano differenti specie floreali e faunistiche, resti architettonici ed elementi appartenenti all'antica conformazione morfologica dell'area.

#### ◆ **NUOVI ESERCIZI**

Sono stati attivati in provincia di Latina i seguenti nuovi ricettivi:

#### **ALBERGHI:**

---

- **Albergo " RIVA FIORITA"**, tre stelle, Via Lungomare, 84, **MARINA DI MINTURNO**, Tel. 0771-680000; fax 0771-890012; [www.hotelrivafiorita.it](http://www.hotelrivafiorita.it) - 57 camere con bagno privato, 113 posti letto; s.c.b. : b.s. € 40,00-80,00; a.s. € 50,00-100,00; d.c.b.: b.s. € 60,00-95,00; a.s. € 70,00-140,00; pensione completa: b.s. € 47,00-80,00; a.s. € 70,00-120,00; mezza pensione: b.s. € 43,00-73,00; a.s. € 65,00-110,00; ➤

Accessibile ai disabili, ascensore, ristorante, bar, giardino, sala congressi, gruppi, parcheggio, trasporto clienti, baby sitting, spiaggia, aria condizionata, riscaldamento, accettazione carte di credito, telefono, TV, frigo-bar, piccola colazione;

- **Villaggio Alberghiero "EDEN"**, due stelle, Via Flacca Km. 26,00, **GAE-TA**, Tel. e fax 0771-462063; [www.edenresort.it](http://www.edenresort.it) - 13 unità abitative, ciascuna con bagno privato, 39 posti letto; d.c.b.: b.s. € 80,00-110,00; a.s. € 130,00-160,00; riscaldamento, aria condizionata, TV, frigo-bar, accessibile disabili, ristorante, bar, tavola calda, sala giochi, giardino, baby sitting, piscina, spiaggia riservata, prima colazione, carte di credito;
- Subentro gestione **albergo ANTICO BORGO** di Fossanova-Priverno: - [www.albergofossanova.it](http://www.albergofossanova.it) ;

### **BED AND BREAKFAST – B&B:**

- **"L'AGRUMETO"**, Via Gegni, 2/F, **FONDI** - Tel. 0771-503627; 3288346900; 1 camera, 2 posti letto, 1 bagno comune - d.s.b.: € 40,00 - 70,00; chiusura: gennaio, febbraio, dicembre;
- **"AL VIGNETO"**, Via Rezzola, s.n.c., l p., **FONDI** - Tel. 0771-504573; 328-6160107; 2 camere, 3 posti letto, 2 bagni - d.c.b.: € 50,00 - 100,00; s.c.b.: € 40,00 - 80,00; chiusura: dal 30 gennaio al 28 febbraio; ottobre e novembre;
- **"L'ALBERO DELLE FATE"**, Via Feudo, 38, p.T, **FONDI** - Tel. 3288360347; 3472483321; 1 camera, 2 posti letto, 1 bagno - d.c.b.: € 50,00 - 70,00; periodo di chiusura: gennaio, ottobre e novembre;
- **"IL GATTO E LA VOLPE"**, Via Roma, 116, l p, **TERRACINA** - Tel. 3401655325; 1 camera, 3 posti letto, 1 bagno - d.c.b.: € 45,00 - 90,00; chiusura: dal 15 gennaio al 15 marzo, ottobre;
- **"I GIRASOLI"**, Via Selcella, 1220, p. T., **PONTINIA** - Tel. 0773-851146; 3802900877; 1 camera, 2 posti letto, 1 bagno comune; d.s.b.: € 40,00 - 80,00; chiusura: gennaio, febbraio e novembre;
- **"VILLA LAVINIA"**, Via Ninfina, n. 82, piano T, **BASSIANO** - Tel. e fax 0773-355621; 3496994568; 1 camera, 2 posti letto, 1 bagno comune - d.s.b.: € 35,00 - 65,00; chiusura: febbraio, ottobre, novembre;
- **"VILLA BERTOLDO"**, Via Ninfina, n. 82, l piano, **BASSIANO** - Tel. 3382467806; 2 camere, 3 posti letto, 1 bagno comune - s.s.b.: € 20,00-40,00; d.s.b.: € 35,00 - 65,00; chiusura: gennaio, settembre, dicembre;
- **"IL SOLE"**, Via Pietrangelo Leone, n. 13, l piano, **FONDI** - Tel. e Fax 0771-523717; 3208130644; 1 camera, 2 posti letto, 1 bagno - d.c.b.:

€50,00 - 100,00; chiusura: gennaio, febbraio, novembre;

- **“IRIS B&b”, FORMIA** - Via Vate, 36, frazione di Trivio – Tel. 0771-735634; 2 camere, 3 posti letto, 1 bagno - s.s.b.: € 20,00-40,00; d.s.b.: € 30,00 - 60,00; chiusura: gennaio, febbraio e marzo;
- **“IL BOTTONE D’ARGENTO”, GAETA** - Piazza San Carlo, n. 18/A, Il trav. dx – [www.ilbottonedargento.it](http://www.ilbottonedargento.it) - Tel. 335-6262023; Fax 0771-724268; 1 camera, 2 posti letto - d.s.b.: b.s. € 50,00 - 100,00; a.s. € 75,00 - 150,00; chiusura: dal 7 gennaio al 7 marzo e novembre;
- **“IL CICLAMINO”, MINTURNO** - via Pietro Fedele, 123, I p. - Tel. 0771-680341, 3395832878; 1 camera, 2 posti letto, 1 bagno - d.c.b.: b.s. €40,00 - 80,00; a.s. € 50,00 – 100,00; chiusura: dal 7 gennaio al 7 marzo e novembre.
- **“MEZZAGOSTO”, Via Limaccette, 3, PRIVERNO** - Tel. 349-0924204; Fax 0773-914146; [www.bbmezzagosto.it](http://www.bbmezzagosto.it) - 2 camere, 5 posti letto, 1 bagno; d.s.b.: € 35,00-55,00; p.c. €5,00 -chiusura: gennaio - febbraio, novembre;
- **“VILLA ELEILA”, TERRACINA** - Via Pontina Km. 105, n. 22, IV traversa sinistra – Villaggio Mediterraneo – Tel. 334-2553686; 2 camere, 4 posti letto, 1 bagno; d.s.b.: €40,00 - 65,00; chiusura: gennaio, novembre, dicembre;

## **AFFITTACAMERE:**

---

- **“LE SCALETTE”, 2<sup>a</sup> categoria, TERRACINA** - Via Scalette, n. 5, Il piano – [www.lescalette.eu](http://www.lescalette.eu) - Tel. 0773-756372, 327-5745866; 5 camere, 9 posti letto, 5 bagni; s.c.b. : b.s. € 25,00-40,00; a.s. € 30,00-45,00; d.c.b. : b.s. € 40,00-60,00; a.s. € 50,00-80,00; aria condizionata, TV, frigo-bar

## **CASE PER VACANZA:**

---

- **“Da QUIRINO”, 3<sup>a</sup> categoria, Via Flacca Km. 21,650, GAETA** - Tel. 0771-743034; 4 unità abitative, ciascuna con bagno privato, 16 posti letto; prezzi settimanali 4 letti: € 700,00 - 1120,00;

## ◆ **CONTRIBUTI E INCENTIVI AL TURISMO**

Con Decreto della Presidenza del Consiglio dei Ministri 23.01.2008 (GU 26.3.2008, n. 73), sono state fissate le modalità e i criteri generali di attuazione delle misure di intervento finalizzate al miglioramento e diversificazione dell’offerta turistico-ricettiva delle piccole e medie imprese (attuazione della finanziaria 2008). Con successivo bando, che verrà emanato dal Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo, saranno dettagliati i termini e le modalità di ➤

presentazione delle domande.

Le agevolazioni, da concedere alle piccole e medie imprese in regola e operanti da almeno 2 anni, saranno articolate in concessioni di garanzia su finanziamenti a medio e lungo termine ottenuti a completamento della copertura del piano degli investimenti e mediante contributi in conto interessi. Dette agevolazioni sono riservate a programmi di investimento per adeguare gli impianti e i servizi anche al fine di aderire a circuiti di prenotazione di rilievo internazionale e per costituire forme associate di promozione e/o commercializzazione di servizi caratterizzati dall'attribuzione di un marchio, anche per segmenti specialistici, da diffondere in ambito sopranazionale. I progetti dovranno essere datati successivamente alla presentazione della domanda.

### ◆ PRENOTAZIONI VIA INTERNET

Con risoluzione 199/E del 16 maggio 2008, l'Agenzia delle Entrate ha chiarito che un servizio di prenotazione alberghiera fruibile esclusivamente attraverso il sito web di una società, è equiparabile all'uso di un altro mezzo di comunicazione (telefono, fax).

Non essendo rilevante la collocazione del server, tale prenotazione è, pertanto, soggetta ad IVA (art. 7, comma 4, lettera a) DPR 633/1972) qualora si riferisca ad attività ricettive situate in Italia.



### ◆ I VENT'ANNI DEL MARCHIO “LA RIVIERA DI ULISSE”

Compie vent'anni il marchio “La Riviera di Ulisse”, creato dall'Ente Provinciale per il Turismo di Latina, poi passato “per successione” all'Apt di Latina, e divenuto rapidamente uno dei logo più fortunati. Di proprietà dello stesso Ente che lo ha creato (il marchio è, infatti, registrato dal 1988 presso il Ministero dell'Industria), ne viene concesso l'uso a chi ne faccia richiesta. Esso si riferisce a tutta l'area pontina, sia quella marittima, dal Lido di Latina al Garigliano, sia quella collinare, grazie alla immediatezza dei rapporti turistici che possono correre trasversalmente, e alla grande capacità di integrazione che deriva tra l'offerta balneare e insulare e quella dei centri storici lepini, ausoni e aurunci (o dei Monti Volsci). La Regione Lazio ha, poi, voluto compiere una piccola forzatura onomastica, battezzando il Parco regionale naturale tra Sperlonga e Scauri con il nome di “Riviera di Ulisse”, ma, in fondo, anche questo concorre a rendere popolare il marchio dell'Apt.