

specifiche e di dettaglio relative al tessuto dell'offerta, alle potenzialità locali, alle disponibilità degli operatori, possano assumere un ruolo forte di promotori dello sviluppo;

- il secondo fattore è quello delle risorse economico-finanziarie; prevedere un sistema regionale di agevolazioni creditizie per gli operatori del settore del turismo di montagna; prevedere un servizio, organizzato dalla Provincia, di informazione e sostegno alle Autonomie Locali per quanto concerne i canali di finanziamento nazionale e comunitario; attribuire alle Aziende di promozione turistica maggiori facoltà imprenditoriali che consentano di gestire le attività secondo un'ottica di mercato che alimenti anche le entrate. Questi sono alcuni esempi che potrebbero dare maggiore flessibilità alle attività nel campo turistico comprese quelle di promozione;

- il terzo fattore è quello della cultura imprenditoriale; non soltanto gli operatori privati, ma anche e soprattutto i soggetti pubblici locali devono operare attraverso un maggiore coinvolgimento, ciascuno per le proprie competenze, considerando che l'offerta turistica (che non significa soltanto offerta alberghiera ma anche offerta culturale, ambientale, infrastrutturale, di servizi, ecc.) se non si eleva in termini qualitativi rischia nel breve volgere di tempo di creare situazioni critiche di flessione del mercato e di emarginazione di talune località del medesimo comprensorio territoriale. A questo fine appare importante diffondere un "messaggio" presso gli operatori privati e gli amministratori pubblici affinché si accresca la consapevolezza degli effetti che può provocare l'assenza di una politica organica del turismo, la