

le pagine di

RISPOSTE



TURISMO

RISPOSTE

 CONSULTING

 TRAINING

 MANAGEMENT

**“Il futuro del turismo in Italia
tra federalismo fiscale, tassa di soggiorno
e l'assenza di un sistema Paese”**

di Bernabò Bocca

**“Il futuro del turismo in Italia tra federalismo fiscale,
tassa di soggiorno e l'assenza di un sistema Paese”**

di Bernabò Bocca[§]

Se si dovessero far emergere i due principali errori e limiti nella creazione di un sistema Paese, il primo può essere identificato nello spirito di fazione. Esso rende incapaci di capire le ragioni dell'altro, di riconoscere e di dare priorità a ciò che unisce rispetto a ciò che divide. Altro errore è quello praticato in gran parte delle nostre principali città, che guardano a sé stesse senza un respiro strategico nazionale. Errore è il crederci centro del mondo quando si è parte – anche piccola - di un insieme più grande e più importante.

Per evitare questi errori Federalberghi abbraccia e fa propria un'ottica di sistema: sistema turismo e sistema paese. Ma per andare in tale direzione è fondamentale schierarsi compatti per raggiungere un obiettivo, sia esso politico sindacale, sia di qualunque altra natura. Ne è un esempio la vicenda dell'introduzione dell'imposta di

soggiorno che ha visto Federalberghi compatta nel dire no a tale provvedimento che andrebbe ad aggiungersi ad un livello di imposizione sul consumo già maggiore di quello dei nostri principali concorrenti, ulteriormente aggravato dall'introduzione dell'IMU. E a dover ovviare al rialzo dei prezzi connesso a queste introduzioni non potranno che essere gli albergatori, abbassando i margini già ridotti all'osso da anni di recessione.

Le cifre sono preoccupanti, e restituiscono una realtà che ha subito la crisi con tentativi di resistenza basati solo sul forte contenimento dei prezzi e conseguente riduzione dei margini o con un evidente arretramento del comparto.

Comparto che richiederebbe l'adozione di una unica politica di settore da parte delle autorità deputate: il Governo nazionale e le Regioni.

[§] Presidente di FederAlberghi e Presidente della catena alberghiera S.I.N.A Hotels

**”The future of tourism in Italy between fiscal federalism,
bed tax and the absence of a Country system”**

by Bernabò Bocca[§]

Pointing out two of the biggest mistakes and limitations in the creation of a national system, the first error could be identified in the spirit of faction. This prevents from understanding the reasons of the others, from recognizing and giving priority to what unites rather than what divides. Another mistake is made in most of our destinations, that look at themselves without a national strategic approach. Enterprises are wrong to act as they were the center of the world, when they are instead a part - even small - of a larger and more important reality. To avoid these errors FederAlberghi embraces and endorses its own approach: the tourism system and the country system.

In order to follow that direction, it is necessary to be capable of deploying compact to achieve a goal, be it of political-union matter or of any other kind. One example is the aspect of the introduction of the bed tax, and the many - too many - changes of points

of view that other associations have done on this issue.

In Italy there is the risk of combining to the possible, probable tourist tax, a level of taxation on consumption that is going to be higher than the one of our major competitors, and that is going to be further aggravated by the introduction of the IMU.

The rise of prices associated with these introductions will surely have to be obviated by hotelkeepers, lowering the margins that are now already cut down to the bone by years of recession. The numbers are worrying, and they describe a reality that has been affected by the crisis and that tried to react only with a strong containment of fees and consequently a reduction in profit margins, or with a strong setback in the sector.

A sector that would require the adoption of a specific field policy by the authorities in charge: the National Government and the Regions.

[§] President of FederAlberghi and President of S.I.N.A Hotels

**“Il futuro del turismo in Italia tra federalismo fiscale,
tassa di soggiorno e l'assenza di un sistema Paese”**

di Bernabò Bocca

L'Italia turistica è stata caratterizzata negli ultimi anni da troppi errori, che ne hanno sicuramente condizionato lo sviluppo.

Un errore è lo spirito di fazione, che ci rende incapaci di capire le ragioni dell'altro, non riconoscere e non dare priorità a ciò che unisce rispetto a ciò che divide.

Altro errore è quello praticato in gran parte delle nostre principali città, che guardano a se stesse senza un respiro strategico nazionale.

Errore è il credersi centro del mondo quando si è parte – anche piccola - di un insieme più grande e più importante.

E questo errore ci porta a isolarci, ad essere velleitari, ad agire in maniera irrilevante rispetto agli obiettivi ed interessi più generali.

Federalberghi, da oltre cento anni l'organizzazione maggiormente rappresentativa delle imprese ricettive del Bel Paese, vuole essere fattore di unità e di coesione per le aziende, per il settore, per le comunità.

E per evitare questi errori Federalberghi abbraccia e fa propria un'ottica di sistema: sistema turismo e sistema paese.

Quando una categoria si schiera compatta per raggiungere un obiettivo, sia esso politico sindacale, sia di qualunque altra natura, la divisione è segno di immaturità e i distinguo sono indice di scarsa intelligenza strategica: solo uniti si vince.

Mi riferisco, per esempio, alla vicenda dell'introduzione dell'imposta di soggiorno e ai tanti – troppi – giri di valzer che altre associazioni di categoria hanno fatto su questo tema.

Federalberghi è stata, è e sarà sempre contro l'imposta di soggiorno. Senza se e senza ma.

L'anno che ci siamo lasciati alle spalle ci ha consegnato un'economia convalescente, le cui prospettive di crescita non appaiono significativamente diverse da quelle del decennio trascorso, quando il nostro Paese ha fatto registrare tassi di crescita inferiori a quelli delle altre economie sviluppate.

Il turismo mondiale, colpito gravemente dalla crisi economica internazionale, si è mostrato in netto recupero nel 2010, sia pure in modo non uniforme tra i vari paesi. In Europa la crisi è stata più forte (e la ripresa più lenta) e anche il turismo italiano ne ha subito i contraccolpi.

Il nostro settore è una realtà dell'economia italiana, un motore trainante che crea quotidianamente occasioni di lavoro per centinaia di migliaia di lavoratori: giovani, donne, uomini.

In una società ingessata dalle corporazioni, il nostro settore è uno dei pochi a funzionare come ascensore sociale: quanti di noi hanno iniziato a lavorare come dipendenti e poi, con il proprio lavoro, il proprio impegno, hanno costruito – con fatica – la loro impresa?

Questo è un valore positivo che non dobbiamo mai dimenticare: riconoscere il merito e il duro lavoro, lo spirito creativo e imprenditoriale.

I dati del nostro osservatorio turistico alberghiero ci dicono che nel 2010:

- i 33.967 alberghi italiani nel 2010 hanno registrato 245,4 milioni di presenze (-0,5% rispetto al 2009);
- le presenze dei clienti italiani sono state 137,7 milioni (-1,5% rispetto al 2009), mentre quelle

dei clienti stranieri sono state 107,7 milioni con un aumento dello 0,8% nei confronti del 2009.

In particolare, la domanda italiana è stata inferiore dello 0,3% nei confronti di quella del 2005, quella straniera inferiore dello 0,2% e quella complessiva dell'1,1% nei confronti delle corrispondenti del 2006.

Queste cifre, che reputo preoccupanti, ci dicono di una realtà in cui alcune zone hanno meglio resistito alla crisi dei consumi turistici, mentre per altri segmenti di mercato la crisi congiunturale ha finito per innestarsi sulle carenze strutturali determinando un forte arretramento del comparto.

Aggiungo che laddove c'è stata una sostanziale tenuta dei flussi ciò è potuto avvenire solo a fronte di un forte contenimento delle tariffe e conseguentemente un ridimensionamento dei margini di guadagno che per le nostre imprese sono fonti di autofinanziamento.

È comunque proseguito, anche negli ultimi anni, il processo di ristrutturazione e riqualificazione dell'offerta alberghiera e quello di una sua redistribuzione territoriale, con il peso delle regioni meridionali in aumento sull'offerta nazionale.

Si tratta di un dato la cui positività non deve essere sottovalutata, perché testimonia del dinamismo dell'economia turistica anche nelle regioni in ritardo di sviluppo.

Il quadro economico strutturale del comparto alberghiero mostra un panorama dominato dalle piccole imprese (dai 5 ai 20 addetti), che realizzano la maggior parte del fatturato del settore e dove si registra la quota più consistente di addetti.

E proprio il 2010, per la prima volta a memoria d'uomo, si è chiuso con un saldo occupazionale negativo per il nostro settore anche con riferimento ai lavoratori a tempo indeterminato: -3,6%.

La crisi non ha comunque impedito alle imprese di investire nella riqualificazione del proprio personale dipendente. A fronte di un'offerta formativa in ambito turistico ampia e diversificata anche le nostre imprese hanno fatto la loro parte: nel 2009 quasi un quarto delle aziende ha organizzato interventi formativi volti, soprattutto, ad aggiornare i propri dipendenti sulle mansioni già svolte.

E quindi, anche in una congiuntura indubbiamente negativa, le nostre imprese si caratterizzano per alti tassi di sopravvivenza,

maggiori di quelli riscontrati nell'intero sistema economico.

Inoltre, occorre riconoscere che il calo della domanda turistica è stato ben più sensibile nei nostri principali concorrenti: la Spagna ha fatto registrare un -7% di flussi turistici e la Francia -2,1%.

È la nostra forza: la capacità di affrontare le avversità rimboccandoci le maniche, cercando di cogliere l'opportunità laddove un altro vede il rischio.

Nel 2010 alcuni grandi gruppi dell'hotellerie nazionale sono entrati in crisi. Una crisi senza prospettive, poiché i guadagni non sono sufficienti, neanche in prospettiva, a coprire il costo dell'indebitamento.

Nell'esprimere solidarietà agli operatori, mi viene da osservare che forse un esame più attento del merito creditizio di alcuni soggetti avrebbe potuto evitare situazioni critiche.

A volte il nostro sistema funziona in modo aberrante: si chiedono tutte le garanzie del mondo ad un piccolo imprenditore e poi si concedono finanziamenti per imprese che poco hanno di turismo e molto di speculazione immobiliare.

Ecco, noi possiamo dire con certezza che la finanza non ci interessa.

Noi siamo e vogliamo continuare ad essere albergatori, fieri della nostra tradizione e dell'accoglienza delle nostre case!

E proprio nella nostra tradizione, nella storia delle nostre famiglie, dobbiamo oggi trovare la forza, la costanza, la capacità per programmare una nuova stagione di sviluppo per il nostro turismo.

Perché il nostro Paese, l'Italia, ha bisogno di noi, del nostro lavoro, del nostro spirito imprenditoriale, della nostra capacità di creare ricchezza.

Una ricchezza che non rimane fine a se stessa ma si riversa sulle nostre comunità sotto forma di lavoro e sotto forma di indotto.

Solo il 30% delle spese sostenute dal visitatore sono imputabili all'alloggio.

Ciò significa che la maggior parte della spesa va a beneficiare – correttamente – altri settori: il commercio, i trasporti, il sistema museale.

Crea quindi ricchezza diffusa sul territorio.

Questo aspetto dovrebbe essere ben fissato nella mente degli amministratori, degli operatori economici ma anche dei semplici cittadini, per i quali talvolta turista è sinonimo di scocciato.

Per questo motivo abbiamo bisogno di una cultura del turismo che non sia semplice

folclore ma sappia correttamente riconoscere al settore l'importanza che riveste per l'economia del territorio.

Il perdurare di una congiuntura economica difficile, che stagione dopo stagione, anno dopo anno, trascina fuori dall'economia turistica non singole imprese ma territori e comunità, richiede l'adozione di una politica di settore da parte delle autorità deputate: il Governo nazionale e le Regioni.

Entrambi questi soggetti, nel rispetto delle proprie attribuzioni, devono mettere in campo azioni sinergiche.

Non è pensabile che ogni regione, ogni comune, ogni soggetto ponga in essere una politica turistica sua propria, avulsa da un quadro di sistema che è l'unico strumento che ci permette di utilizzare in maniera sinergica le scarse risorse che il settore ha in dotazione.

Da questo punto di vista apprezziamo gli sforzi compiuti dal Ministro del Turismo di mettere a sistema le diverse realtà regionali e di razionalizzare un quadro la cui complicazione tende per alcuni versi all'anarchia.

Vorrei citare un esempio per uscire dall'astrattezza della mia osservazione: le nostre regioni si danno un gran daffare a

regolamentare un aspetto – che definirei ottocentesco – della nostra attività: le regole di classificazione delle strutture alberghiere.

Girando per l'Italia non se ne trovano due identiche: differiscono per piccoli o grandi particolari. Sfugge tuttavia un disegno generale di tutela del consumatore e della concorrenza. Quale trasparenza, quale certezza per l'investitore, quale sicurezza per il turista può assicurare un sistema non omogeneo di regole determinato secondo un principio del tutto opinabile perché assolutamente variabile da territorio a territorio?

E mentre noi ci perdiamo dietro agli accappatoi, alle dotazioni delle stanze eccetera, la Commissione Europea preme per un sistema di classificazione europea a tutela dei consumatori che è già nato e coinvolge, su base volontaria, imprese dei principali paesi dell'Europa centrale e settentrionale.

Si chiama Hotelstars union.

Ricordo che proprio da questi paesi proviene una grossa parte dei nostri clienti stranieri e in questi paesi hanno base i principali tour operator con i quali abbiamo rapporti commerciali: questi soggetti ci valuteranno sulla base delle nostre classificazioni regionali

o ci chiederanno di posizionarci correttamente rispetto al sistema europeo che loro stessi, nel loro paese, hanno adottato? È davvero questo che le nostre regioni intendono per politiche di settore? Per politiche di sostegno alle imprese? Noi non crediamo che sia così.

E questo tema mi consente di arrivare al punto: al rapporto tra il nuovo ordinamento federale del Paese e il Turismo.

L'adozione dei primi provvedimenti attuativi ha finalmente fatto uscire dalla fitta nebbia che lo circondava il federalismo.

E occorre dire che il primo approccio con le nuove regole non appare confortante.

Il nostro federalismo non si presenta come strumento di semplificazione della vita del cittadino e dell'impresa ma come strumento di moltiplicazione e diversificazione degli oneri, burocratici e finanziari.

Se dovessimo giudicare il futuro dal passato, e valutare l'efficacia delle modifiche apportate nel 2001 al titolo V della Costituzione, dovremmo osservare che – prevedibilmente – le amministrazioni si sono arroccate nelle loro competenze, cercando quanto più possibile di differenziarsi le une dalle altre, gelose delle loro prerogative.

Ho parlato della classificazione, ma potrei fare lo stesso ragionamento sulla promozione, un vero disastro! Iniziative velleitarie, sconclusionate in molti casi, costose, con un ritorno nullo se non negativo.

Milioni di euro sperperati senza avere un quadro comune, una iniziativa coordinata.

Questo mentre l'ENIT ha a malapena il danaro per pagare gli stipendi!

A nostro avviso occorre promuovere l'Italia e il made in Italy come due aspetti del medesimo fenomeno. Tutti conoscono le nostre eccellenze: l'enogastronomia, il design, la moda. Bisogna legare a questi aspetti anche gli aspetti più squisitamente culturali: la fruizione del territorio, lo stile di vita, la conoscenza delle tradizioni.

Da questo punto di vista, niente equivale una visita nel Belpaese. Una visita che può e deve unire le nostre mete maggiori con gli itinerari più inconsueti ma non per questo meno affascinanti.

Dobbiamo lottare, uniti, imprenditori del made in Italy e dell'ospitalità italiana per ottenere una promozione più adatta al mercato che si va delineando.

Ma se le premesse sono quelle di una promozione fai-da-te delle province e delle

regioni, si capisce che come imprenditori del turismo siamo un po' – come dire – preoccupati su quanto ci riserva il futuro federale.

Un futuro che si presenta a noi con un volto antico, quello dell'imposta di soggiorno.

Questa imposta ha un po' il sapore di una partita di calcio in costume: ci riporta al medioevo, ai balzelli, alle gabelle: magari potremmo pagarla in fiorini!

Restando seri, si tratta davvero di un clamoroso autogol che il sistema Italia si avvia a compiere nella più grave indifferenza.

Si incitano i comuni, cui vengono tagliati i trasferimenti, a rivalersi sulle categorie produttive con una imposta che va a disincentivare i consumatori, che sono il vero patrimonio del turismo.

Dobbiamo pagare, perché i turisti sono una noia, non sono una ricchezza.

Qualcuno azzarda che simili contributi sono presenti anche in altri paesi. D'accordo. Ma qual è il livello di imposizione indiretta di quei paesi?

Noi uniamo alla possibile, probabile imposta di soggiorno un livello di imposizione sul consumo maggiore dei nostri principali concorrenti.

Partivamo svantaggiati e saremo ancora di più svantaggiati. E poi qualche bello spirito verrà a dirci che gli alberghi in Italia sono più costosi che all'estero!

Abbiamo trascurato il segnale forte che ci è arrivato con l'introduzione – lo scorso anno – dell'imposta di soggiorno a Roma.

Motivandolo con la necessità di ovviare alla difficile situazione finanziaria della capitale, si è aperto un varco nel quale era prevedibile si lanciassero tutti gli altri soggetti che – neanche a dirlo – preferiscono tassare che tagliare.

Ecco, avremmo dovuto capire che caduta Roma era molto probabile cadessero tutte le altre città, a cominciare da quelle maggiori.

Ma se l'imposta di soggiorno è l'aspetto più visibile della paventata proliferazione degli oneri, temo che la nuova IMU sia il più pericoloso.

Ci viene detto dai nostri sindaci, dai politici locali: di che vi lamentate? L'imposta di soggiorno la pagano i turisti, non gli albergatori!

No, il turista paga il conto e, come ognuno di noi, guarda la cifra a piè di lista, senza curarsi quanto di essa sia corrispettivo di un servizio e quanto sia tassa.

Se un posto è caro è caro, non è l'iva ad essere troppo alta, non credete?

Chi pensate dovrà ovviare al rialzo dei prezzi connesso all'introduzione dell'imposta di soggiorno? Noi, abbassando i margini che ormai sono ridotti all'osso da non so quanti anni di recessione.

Ma l'IMU è invece una imposta che è tutta nostra: non ha altri destinatari se non le imprese.

Attualmente, infatti, sugli alberghi italiani grava l'ICI per 345 milioni di euro.

Supponendo l'introduzione della nuova IMU con una aliquota dello 0,76% tale onere passerà a 409 milioni di euro, con un aggravio di 64 milioni.

Dai nostri calcoli, l'incremento medio di costo per l'impresa con l'introduzione dell'IMU può arrivare al 19%.

Io non credo che qualcosa, si chiami federalismo fiscale o in qualsiasi altro modo, che si presenti con questo biglietto da visita possa trovare positiva accoglienza.

Noi non discutiamo della opportunità di diminuire la distanza tra il posto in cui vengono prese le decisioni e il posto in cui risiedono i soggetti sui quali quelle decisioni vanno ad impattare.

Noi vorremmo che questo processo porti davvero ad un beneficio per i cittadini e per le imprese in termini di minore burocrazia, minori costi, migliori servizi.

Non è possibile scaricare sulle imprese i costi di una amministrazione inefficiente.

E inoltre gli amministratori devono sapere che non può esserci tassazione senza rappresentanza.

Devono sapere che la nostra categoria non è disposta ad accogliere supinamente decisioni prese senza averla coinvolta.

E questo vale per le tasse a livello comunale come vale per il testo unico sul turismo a livello nazionale, per il quale le modalità di

consultazione delle categorie sono state – per usare un eufemismo – carenti.

La nostra associazione non è un club, un circolo o una bocciofila.

Noi abbiamo una storia alle nostre spalle e un futuro al quale lavoriamo seriamente, avendo come stella polare il nostro impegno per le comunità e per il Paese e la responsabilità verso le nostre famiglie, i nostri collaboratori cui siamo vicini nella vita di tutti i giorni e nel lavoro.

tre
2011

Direzione | Francesco di Cesare
Organizzazione | Anthony A. La Salandra

Tutti gli articoli dal 2001 ad oggi
de "le pagine di Risposte Turismo"
sono disponibili on-line
nella sezione dedicata del sito
www.risposteturismo.it



Risposte Turismo s.r.l.

Fond.ta S.Giacomo 212 | 30133 Venezia

tel. +390412446990 | fax. +390412446985

www.risposteturismo.it | info@risposteturismo.it