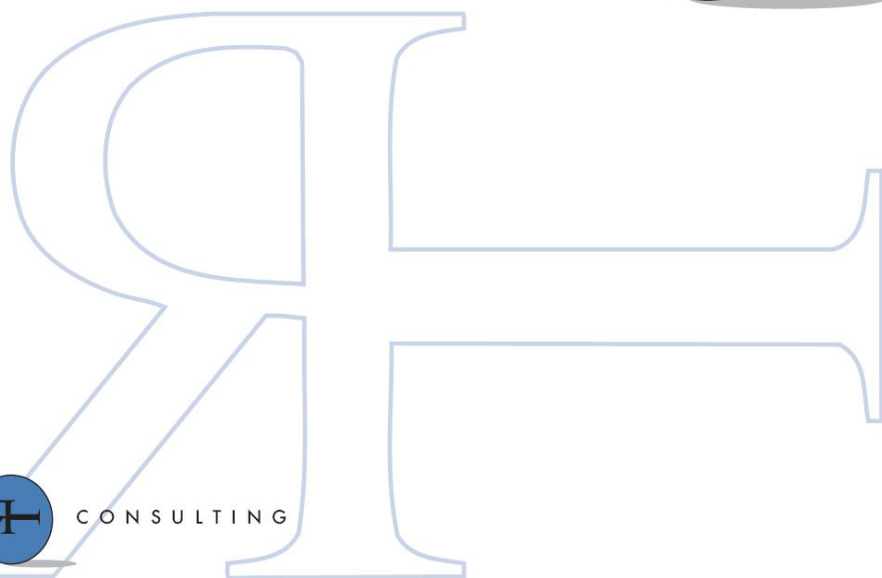


le pagine di

RISPOSTE



TURISMO



“Il turismo in Italia: situazione e prospettive sulla base del Piano Strategico del Governo”

di Ignazio Albrignani

“Il turismo in Italia: situazione e prospettive sulla base del Piano Strategico del Governo”
di Ignazio Abrignani^δ

L'industria turistica italiana ha vissuto negli anni cambiamenti radicali e si inserisce in un contesto mondiale altamente competitivo, che richiede sforzi, azioni e strategie mirate per mantenere alto il livello di qualità ed attrattiva della destinazione Italia.

Un passo importante è stato compiuto con la definizione del Piano Strategico Nazionale per il Turismo, che rappresenta uno strumento in grado di orientare le scelte degli operatori, di programmare strategie ed azioni in maniera sinergica tra regioni e stato e che prevede la partecipazione di soggetti sia pubblici che privati. A livello governativo con il Decreto Legge Cultura e Turismo sono state intraprese diverse misure con differenti ma armonici obiettivi, tra cui, solo per citarne alcuni: agevolazioni per le imprese turistico-ricettive per implementare la loro offerta, coinvolgimento del settore privato nella valorizzazione e tutela del patrimonio artistico, semplificazioni amministrative, recupero delle periferie urbane, recupero di beni demaniali a scopo turistico.

Sono stati istituiti nuovi fondi per la tutela del patrimonio e per i progetti culturali, ai quali si aggiungono anche le risorse europee.

Numerosi sono i comparti che sono stati e che andranno potenziati e le iniziative da mettere in campo per continuare a lavorare sul sistema turistico italiano, come ad esempio la struttura ricettiva alberghiera ed extralberghiera, il collegamento del mondo lavorativo con quello scolastico ed universitario, il sommerso e l'abusivismo, il costo del lavoro nel turismo, l'utilizzo dell'imposta di soggiorno, il sistema finanziario, l'ecosostenibilità.

I cambiamenti intercorsi, la situazione attuale delle misure per il turismo ed i punti su cui lavorare vengono elencati e dettagliati nel presente articolo, a firma del Presidente dell'Osservatorio Parlamentare del Turismo, associazione di deputati e senatori referente per le politiche in materia di turismo in Italia.

^δ Presidente dell'Osservatorio Parlamentare del Turismo e Vice Presidente della Commissione Attività Produttive della Camera dei Deputati.

“The tourism sector in Italy: situation and perspectives after the launch of the Tourism Strategic Plan”
by **Ignazio Abrignani** ^δ

Since years the Italian tourism industry has experienced radical changes. Within the competitive world tourism context, strategies, actions and efforts has to be developed to keep high the level of quality and appeal of Italy as a destination.

An important step has been done with the definition of the Tourism National Strategic Plan: it represents a tool able to guide operators' choices, as well as to organise strategies and actions with synergy among regions and state government, and includes the participation of public and private entities.

At the regulatory level, with the Culture and Tourism Decree (Decreto Legge Cultura e Turismo) has been undertaken many measures with different but harmonic objectives. Among them: facilitations for the hospitality structures to implement their offer, involvement of the private sector for the valorisation and safeguard of the cultural heritage, administrative streamlining, redevelopment of the urban peripheries, recovery of state-owned properties for tourism purposes.

New funds were established and allocated to projects for the safeguard of the heritage and for cultural projects, that should be summed to the European resources available.

There are still numerous sectors that should be strengthen and many activities has to be realised to continue to work for enhancing the Italian tourism system, like the hospitality, the connection among education and work environments, the unregulated activities and shadow economy, the labour costs in the tourism sector, the use of the tourist tax, the financial system, sustainability.

The article, realised by the President of the Italian Parliamentary Observatory on Tourism, association of senators and deputies in charge for the national policies in terms of tourism, presents changes occurred, the current situation, tourism measures adopted and topics still to be developed.

^δ President of the Italian Parliamentary Observatory on Tourism and Vice President of the Economic Development Commission at the Chamber of Deputies

“Il turismo in Italia: situazione e prospettive sulla base del Piano Strategico del Governo”
di Ignazio Abrignani

L'Osservatorio Parlamentare per il Turismo, Associazione di deputati e senatori, rappresentativi di tutti gli schieramenti politici, operativo nella XIV, XV e XVI legislatura, è il punto di riferimento e di raccordo tra Stato, Regioni e UE per le politiche dell'Italia in materia di turismo, che ha svolto ad oggi un'intensa attività di convegni, seminari, atti parlamentari e proposte legislative condivise, a partire dal relativo “vuoto” istituzionale determinato dalla riforma costituzionale del Titolo Quinto del 2001, riconosciuta ed apprezzata dai mondi degli operatori e dai soggetti istituzionali.

Il futuro del turismo in Italia si inserisce in uno scenario globale alquanto competitivo, che impone di recuperare tempo perduto, progettualità e programmazione, a condizione però che si faccia sistema.

Per arrivare a una vera e propria industria turistica italiana è necessaria una governance centrale, che sappia valorizzare non solo la componente culturale del turismo, ma anche quella imprenditoriale e industriale.

È auspicabile che si rafforzi anche il coordinamento con gli altri Ministeri, che gestiscono competenze connesse al turismo. Proprio la condivisione è sempre stato l'approccio dell'Osservatorio a questo straordinario mondo, in una logica interistituzionale, ma soprattutto di confronto con le organizzazioni datoriali.

Il Ministero del Turismo e dello Spettacolo venne istituito nel 1959 e 34 anni dopo nel 1993 venne abrogato con un referendum. Il turismo ritornò ad un Ministro senza portafoglio nel 2009 e al Ministero dei beni e delle attività culturali nel 2013.

Ebbene, 20 anni persi dal 1993 al 2013, 20 anni durante i quali i mutamenti geopolitici hanno affermato nuovi mercati e spinto l'Italia ad un livello di competitività non degna del suo potenziale.

Abbiamo assistito al transito del Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo, del Dipartimento Turismo o dell'Ufficio per le politiche del turismo, a seconda delle denominazioni di volta in volta assegnate, tra Presidenza del Consiglio, Ministero Attività

Produttive, Sottosegretario alla Presidenza, Ministro senza portafoglio.

Dobbiamo concentrarci ora su pochi obiettivi a breve termine, in considerazione che abbiamo ancora pochi mesi al termine della legislatura. Stiamo lasciando alle nostre spalle anni difficili e l'impegno dell'Osservatorio è quello di consolidare e spingere su questi segnali di ripresa. È stato ormai definito il Piano Strategico Nazionale per il Turismo, un piano che ha come obiettivo quello di dotare l'intero settore di uno strumento, che orienti le scelte degli operatori, in particolare sul piano delle innovazioni, delle tecnologie digitali, della valorizzazione del patrimonio e dei nostri territori, del rapporto qualità/prezzi, del marketing. Il Piano rappresenta uno strumento di programmazione strategica e operativa, utile a mettere in sinergia le programmazioni regionali e statali in campo turistico e a cogliere i fabbisogni del settore imprenditoriale, consentendo un aumento di competitività.

Un Piano strategico che prevede l'adozione di un metodo partecipativo: tutti gli operatori, sia pubblici che privati, potranno contribuire, attraverso una piattaforma digitale a definire la visione e le scelte strategiche.

Un Piano dinamico ed evolutivo, che si basa su una continua attività di monitoraggio, in modo tale che sia possibile intervenire, ogni qualvolta i risultati non dovessero corrispondere alle aspettative.

Proprio al fine di sostenere la competitività del sistema, con una attenzione particolare alla riduzione della pressione fiscale, il Decreto Legge Cultura e Turismo ha definito interessanti agevolazioni per le imprese turistico-ricettive che intendono migliorare la propria offerta, stabilendo un credito di imposta per la digitalizzazione e per la riqualificazione e per l'eliminazione delle barriere architettoniche.

Eliminare le barriere architettoniche significa innanzitutto essere un Paese che rispetta la libertà e la dignità, che garantisce i diritti di persone, che nella vita hanno avuto solo più sfortuna degli altri. Allora, traduciamo tutto questo nella opportunità che possiamo cogliere attraverso il turismo accessibile.

Il decreto Cultura e Turismo è stato il primo passo con novità significative, a cominciare anche dall'Art Bonus, che con un credito d'imposta pari al 65% delle erogazioni liberali in denaro è volto a coinvolgere il privato nella valorizzazione e tutela del nostro amplissimo e

spesso malandato patrimonio, dai singoli cittadini alle multinazionali, alle piccole imprese, alle fondazioni bancarie.

E ancora tra le maggiori innovazioni le misure per Pompei, la Reggia di Caserta, la prosecuzione del processo di risanamento delle Fondazioni lirico-sinfoniche, il recupero delle periferie urbane, le semplificazioni amministrative in campo turistico, le foto libere nei musei, il riesame dei pareri delle Soprintendenze, la Capitale Italiana della Cultura su base annuale, l'innalzamento del Tax Credit nel settore della produzione cinematografica e quello per il recupero delle piccole sale cinematografiche, il piano strategico “Grandi progetti Beni Culturali”.

Il recupero dei beni demaniali abbandonati con la concessione a scopo turistico, in uso gratuito e non superiore a 7 anni, a imprese, cooperative e associazioni costituite in prevalenza da giovani fino a 35 anni, di case cantoniere, caselli, stazioni ferroviarie o marittime, fortificazioni, fari.

La fine della lunga stagione dei tagli è segnata dalla crescita del 27% delle risorse del MiBACT, con nuovi fondi per la tutela del patrimonio e i grandi progetti culturali. La programmazione del fondo per la tutela ha assegnato 300 milioni di euro a interventi di

restauro e messa in sicurezza dei musei nel triennio 2016-2017 e 845 milioni di euro sono destinati dal 2016 al 2020 per i grandi progetti culturali. A questo si aggiungono le risorse europee: il Piano Obiettivo Nazionale 2014-2020 ha assegnato 490 milioni di euro per la tutela del patrimonio culturale e il sostegno alle industrie creative nelle 5 regioni del Sud Italia. Il concorso straordinario per l'assunzione a tempo indeterminato di 500 funzionari dei beni culturali, una misura indispensabile per rafforzare la dotazione organica del MiBACT e introdurre professionalità fondamentali per garantire l'attuazione dell'articolo 9 della Costituzione. Le responsabilità di tutela, aumentandone i presidi sul territorio, nella sola Soprintendenza per l'Archeologia, le Belle Arti e il Paesaggio per la migliore semplificazione per cittadini e imprese.

Per la prima volta il bilancio della cultura è tornato sopra i 2 miliardi di euro.

L'ENIT Agenzia nazionale del turismo, trasformata in ente pubblico economico, perseguirà la missione di promozione nazionale del turismo, intervenendo per individuare, organizzare, promuovere e favorire la commercializzazione dei servizi turistici, culturali e dei prodotti enogastronomici, tipici e artigianali in Italia e

all'estero, con particolare riferimento agli investimenti nei mezzi digitali.

La nuova Enit deve essere al servizio delle imprese come non mai. Ora naturalmente la struttura è in via di definizione e alle prese con l'assunzione e la messa a sistema della pianta organica. Ma una volta a regime non ci potranno essere più scusanti per riqualificare il portale ITALIA.IT e far ripartire meglio e più di prima l'Osservatorio Nazionale, senza i quali strumenti nessun sistema turistico competitivo può essere credibile e davvero al servizio delle imprese.

Su questo desidero assicurare che l'Osservatorio sarà sempre la voce delle organizzazioni datoriali, costante e influente, determinando un confronto efficace con la governance della nuova Enit.

L'istituzione dei 30 siti museali a gestione autonoma con propria capacità di spesa, con un consiglio di amministrazione e con un consiglio scientifico, è un altro passo nella direzione giusta intrapresa a favore del patrimonio culturale del ns. Bel Paese, che annovera oggi ben 51 siti Unesco.

Dagli Uffizi alla Reggia di Caserta, dalla Pinacoteca di Brera al Museo Archeologico di Reggio Calabria, dai Musei Reali di Torino al

Parco Archeologico di Paestum, dal Palazzo Ducale di Mantova alla Galleria Estense di Modena. Dunque, 30 siti a gestione autonoma per ripartire dai territori.

Sono dell'opinione e fortemente convinto che la valorizzazione di questi siti può essere messa in atto solo con una straordinaria sinergia con gli operatori turistici locali. Questi siti non devono più costituire un'offerta culturale avulsa dal territorio. Occorre, però, costituire insieme per ogni territorio, sul quale insistono i suddetti siti, un comitato tecnico-operativo formato dalle organizzazioni di categoria, dagli assessorati al turismo degli enti locali competenti, dai Poli Museali regionali, al fine di determinare prodotti turistico-culturali per lo sviluppo della destinazione.

Si deve lavorare per ampliare l'offerta, perché il turismo non si concentri solo sulle grandi città d'arte, ma si diffonda in tutto il territorio nazionale, perché abbiamo siti con problemi di sovraffollamento e luoghi straordinari dove il turismo stenta, come il Sud che registra un 12% di flussi contro l'88% del Centro Nord.

Agire sul sistema Paese vuol dire intervenire soprattutto al Sud in merito al contesto infrastrutturale e territoriale, indicando nel

turismo una delle leve più importanti per la crescita delle sue regioni.

Occorre determinare sviluppo anche degli altri turismi, uno per tutti il turismo congressuale riconosciuto per l’alta capacità di spesa pro capite e per la capacità di destagionalizzazione, al fine di recuperare i grandi convegni internazionali che richiedono mobilità e logistica adeguati.

La stessa formula del Convention Bureau Nazionale, sotto il profilo della rete di imprese, conferma la capacità di fare sistema per accrescere la competitività turistica nazionale con modalità innovative, per la concessione di contributi a favore delle reti di impresa operanti nel settore del turismo.

Occorre da subito lavorare sulla corretta e coerente classificazione delle strutture ricettive alberghiere. È un indicatore di qualità dell’offerta turistica nazionale, che può influenzare e orientare in modo determinante il turista nella scelta e ci consente di recuperare il gap rispetto agli standard internazionali, che non solo ci vedono perdenti nelle comparazioni tra strutture, ma addirittura tra il nord e il sud del Paese.

La Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome dovrà dare un impulso alla risoluzione immediata della nuova

classificazione nell’interesse del Paese, della sua reputation, del marchio Italia, quel marchio Doc che riguarda tutti noi, da Nord a Sud, dal piccolo al grande centro.

Per sviluppare competitività è necessario recuperare cultura dell’accoglienza e qualità dei servizi turistici. In una società globale e sempre più meccanizzata, il turismo rimarrà sempre la realtà dove la risorsa uomo è vitale, la sua espressione, la sua motivazione, la sua relazione. Pertanto, la formazione e l’aggiornamento professionale sono fondamentali.

Occorre ridurre le distanze con il mondo scolastico e universitario. So di buone pratiche sull’alternanza Scuola-Lavoro, mi riferisco ai protocolli d’intesa sottoscritti con il MIUR e con RENAIIA e RENATUR, la Rete degli Istituti Alberghieri e dei Tecnici del Turismo. L’offerta accademica va monitorata e accompagnata, partendo dalle esigenze delle imprese, con una partecipazione attiva ai percorsi didattici, puntando su un rafforzamento delle conoscenze di base, di management e soprattutto linguistiche.

Dobbiamo lavorare, affinché i nostri talenti non vadano via. Che non ci sia solo grande attenzione a quelle figure professionali mediatiche, come è avvenuto negli ultimi anni per lo chef, ma che vengano recuperate quelle

della sala e dei piani, del portiere d'albergo, figure poco preferite dai giovani italiani, dove esiste invece una alta percentuale di lavoratori esteri. Professionalizziamo e diamo dignità a queste figure che sono il baluardo dell'ospitalità, le risorse a contatto quotidiano con gli ospiti.

Particolare attenzione dobbiamo riporre verso il sommerso e l'abusivismo. Dobbiamo ricondurre l'offerta extraricettiva in un'altra logica, valorizzandola per quello che esprime e non certo in competizione con l'offerta alberghiera. Quindi, abbiamo il dovere di elaborare una regolamentazione e anche una classificazione (già tentata nel 2009 senza il raccordo con le Regioni), che tenga in considerazione la crescita esponenziale di B&B e appartamenti, semmai attuando come abbiamo fatto nelle Commissioni di Camera e Senato preposte, anche a una obbligata soggettività fiscale per le Olta, anche per determinare occupazione e detraibilità fiscale e non favorire circoli poco virtuosi.

I portali online come Booking.com e Airbnb senza stabile organizzazione dovranno nominare un rappresentante fiscale, in modo da poter agire da sostituti di imposta e richiedere la cedolare secca a nome del fisco. La nomina di

un rappresentante farà emergere l'impresa anche ai fini della *web tax*. Inoltre, tassa di soggiorno anche in Airbnb, in quanto le case private saranno equiparate agli hotel e dovranno riscuotere quindi la tassa di soggiorno.

Naturalmente un ruolo importante oltre la Conferenza delle Regioni lo hanno i Comuni, ai quali è demandato il compito della verifica e della sanzione amministrativa.

Sul cuneo fiscale e sul costo del lavoro nel turismo, fattore che penalizza la nostra competitività, occorre trovare forme e modalità, che diano continuità ai recenti risultati raggiunti, che consistono nella estensione della deducibilità del costo del lavoro dall'imponibile IRAP, nel limite del 70%, per i lavoratori stagionali.

Così come trovare un giusto utilizzo della imposta comunale di soggiorno, che in linea teorica dovrebbe essere una tassa di scopo, ma che nella realtà viene utilizzata dalle amministrazioni locali soprattutto per esigenze di bilancio.

Continuiamo a lavorare insieme per limitare posizioni dominanti e stabilire un corretto equilibrio nel rapporto tra le imprese ricettive e le multinazionali dell'intermediazione, mi riferisco alla *parity rate*, per non essere da meno agli altri Paesi, vedi Francia e Germania,

con gli albergatori che possano così potenziare le vendite dirette con l'aumento degli investimenti in tecnologia e con la formazione degli addetti.

Guardo, inoltre, con attenzione al ruolo cruciale del sistema finanziario, che dobbiamo responsabilizzare a sostenere con strumenti diversi le numerose tipologie di investimenti necessari. Il sistema alberghiero mostra spesso, per problemi dimensionali e di sottocapitalizzazione, grandi difficoltà nella realizzazione di investimenti, che si riflettono nell'accesso al mercato dei capitali e del credito. Quindi, riattivare gli investimenti con l'uso di strumenti finanziari adeguati (il leasing), il ricorso efficiente ai fondi strutturali europei senza ritardi e incapacità di spesa, lo sviluppo di fondi immobiliari dedicati. Infine, nell'ottica di preservare il nostro pianeta alle future generazioni, il turismo ormai va concepito in una chiave di sostenibilità.

E il turista è sempre più sensibile a vacanze a basso impatto ambientale.

I viaggiatori sono sempre più consapevoli dell'impatto ambientale dei propri viaggi e sempre più attenti alle informazioni online sulle pratiche *eco-friendly* adottate dagli hotel, proprio per fare scelte di viaggio più green.

Il 2017 è stato indetto dall'Onu Anno Internazionale del Turismo Sostenibile per lo Sviluppo, per cui è giunta l'ora di dare un forte contributo allo sviluppo sostenibile dei territori. Desidero ora concludere il mio intervento, portando alcune riflessioni sui seguenti temi:

- *Lo scenario economico internazionale*

Nel mercato globale attuale qualsiasi settore merceologico è in continua evoluzione e proprio perché il turismo non può essere definito settore per la sua dinamicità e trasversalità, esso va inserito in una politica di sistema, che significa politica di governo e non di un solo ministero.

- *Crescita e occupazione: le strategie nel turismo*

Occorre sfruttare l'enorme potenzialità del turismo, che è in grado di generare nuova occupazione e maggiore ricchezza. Turismo deve essere sviluppo locale e occupazione. Stagionalità turistica e cuneo fiscale devono essere ambiti di approfondimento per incrementare i flussi a bassa capacità di spesa e superare contratti di lavoro che hanno probabilmente fatto il loro corso.

- *Nord-Sud fra tre deficit strutturali: legalità, logistica e burocrazia*

Il Mezzogiorno paga la crescita del turismo in termini di arrivi e presenze rispetto al Nord soprattutto a causa di questi 3 deficit strutturali. Il turista al Sud deve sentirsi garantito da una presenza costante sul territorio delle forze di polizia, soprattutto in termini di prevenzione, così come gli imprenditori che hanno la capacità di investire devono avere risposte certe e celeri. Non è possibile che investimenti alberghieri, in campi da golf, in parchi a tema debbano attendere anni senza alcuna motivazione.

- *L'Italia destinazione turistica e le potenzialità dei nuovi mercati*

L'Italia è la meta più ambita a livello internazionale. C'è una grande richiesta di cultura italiana, lo testimoniano il grande successo delle mostre su Botticelli e Leonardo Da Vinci, del maestro Muti, della Scala e del Ravenna Festival per fare pochi esempi. Da questi appuntamenti dobbiamo trarre anche un impegno a organizzarci meglio e a fare in modo che tali iniziative possano essere occasione di incontro tra i ns. operatori e la domanda turistica.

Investire sui nuovi mercati significa potenziare il sistema dei visti e adeguare la ns. rete delle Agenzie, parlo di Ice e Enit, in termini di efficienza e innovazione tecnologica. Ma penso che dobbiamo recuperare la domanda europea, non solo per la sua prossimità, ma anche per la propensione storica, quella domanda da Francia, Germania, Inghilterra che tanto hanno sviluppato negli anni '50-'60 il turismo in Italia.

- *Il patrimonio del turismo in Italia: cultura enogastronomia e territorio*

La varietà della nostra offerta turistica è la condizione della nostra affermazione, ma i territori devono concepire un sistema organizzato di offerta dove più prodotti turistici possano completarsi ed essere destinati alla domanda in modo univoco. Prendete l'offerta culturale e l'offerta enogastronomica, sono due facce di una stessa medaglia.

- *Il turismo, le infrastrutture e i trasporti*

Il Mezzogiorno paga il suo divario dal resto del Paese proprio in infrastrutture e trasporti. L'accessibilità alle destinazioni turistiche è presupposto per la loro stessa

competitività. Oggi in un mercato globale, dove tempo e spazio sono fattori discriminanti, essere oltre 100 minuti da un aeroporto internazionale è come non esistere su una carta geografica.

I trasporti, la mobilità sono un altro nervo scoperto. L'alta velocità non deve fermarsi a Salerno, ma proseguire fino a Reggio Calabria. Solo pensare che Matera, Capitale Europea 2019, viva di turismo del solo aeroporto di Bari è già un miracolo.

Il sistema aeroportuale deve adeguarsi strutturalmente e le compagnie devono guardare all'apertura di nuove rotte, soprattutto verso i Paesi dai grandi flussi turistici.

Per la manutenzione stradale è necessario che si prepari una mappatura delle strade a rischio, che servono le principali località turistiche, per non attendere a stagione iniziata l'irreparabile.

Concludo nel ricordare le parole del nostro ex Premier Renzi “Bisogna smettere di raccontare l'Italia come un Paese in cui non va bene niente. Se continuiamo ad avere un costante coro di lamentele per cui l'Italia è il Paese in cui non funziona mai niente non rilanceremo mai il turismo. Le cose le stiamo cambiando, ma finché non ci sarà un riscatto dell'orgoglio italiano non ripartirà il turismo”.

Occorre avallare percorsi virtuosi di collaborazione, dove l'interesse comune corrisponda all'interesse del Paese, a quello delle nuove generazioni. Facciamo in modo che i nostri giovani possano guardare al proprio futuro con entusiasmo e non con preoccupazione, contribuendo alla rinascita delle terre nate e non fuggendo per bisogno da esse.

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.

Giudecca 624 | 30133 Venezia

tel. +390413093260 | fax. +390418520077

www.risposteturismo.it | info@risposteturismo.it