

le pagine di

RISPOSTE



TURISMO

**“L'idea blue economy
e l'agenda di Federbagnatori Italia”**

a cura di Marco Maurelli



CONSULTING



TRAINING



MANAGEMENT

“L’idea blue economy e l’agenda di Federbagnatori Italia”

a cura di Marco Maurelli¹ et al.

Tra i temi che raramente portano alla ribalta la componente di impresa del turismo in Italia, sia esso quello tecnico e ancor di più quello dei non addetti ai lavori, quello sulle concessioni demaniali marittime è uno dei più ricorrenti.

In queste occasioni si fronteggiano prospettive particolarmente diverse ma che sottendono elementi troppo spesso dati per scontati, come il fatto che il macrosettore del turismo abbia dinamiche tipiche dell’economia delle imprese di servizio, fatte di scelte su investimenti pluriennali, spese di avviamento, impegno in formazione, costruzione di professionalità e coinvolgimento occupazionale (800.000 occupati nell’industria balneare marittima e nell’indotto secondo le stime degli autori).

Il settore turistico in queste occasioni passa da fenomeno collettivo che tutti vivono in prima persona a comparto complesso sia per eterogeneità di soggetti coinvolti che di competenze ed interessi pubblico-privati.

A trainare l’attenzione sulla questione, l’entrata in vigore della Direttiva Servizi (200/123/CE), nota generalmente come Bolkestein, la quale si pone l’obiettivo di eliminare le restrizioni alla circolazione transfrontaliera dei servizi e l’aumento della trasparenza nel mercato.

L’articolo presenta, proprio in apertura della

stagione estiva, la prospettiva di Federbagnatori Italia ed è integrato con un’ articolata serie di esperienze su vari ambiti e territori: dall’economia circolare nel litorale nord del Lazio a progetti di offerta integrata (DMO Etruskey), il ruolo della formazione, il caso di Lignano Sabbiadoro.

Al suo interno si ricorda, inoltre, come i noti 8.000 km di coste in Italia diventino - come riportato nell’articolo - quasi 65.000 se si considerano anche i bacini lacuali e fluviali.

L’articolo si chiude con l’auspicio dell’associazione di categoria che si possa giungere ad una intesa tra concorrenza e riforma giuridica attraverso l’individuazione di criteri uniformi che non prescindano dalla professionalità ed esperienza acquisita dai titolari delle strutture, oltre che un sistema di garanzie per il concessionario uscente.

Con la recente delega al Governo, nei prossimi mesi vi sarà l’opportunità di definire tutti i dettagli della Riforma, integrandola al meglio con aspetti di estrema attualità: dalla transizione ecologica ed energetica costiera, fino alla possibilità che si attivi una nuova stagione in cui le prime ma consolidate esperienze di economia circolare possano estendersi ad un numero sempre più elevato di territori, a beneficio di una parte così rilevante e iconica dell’incoming italiano.

¹ Presidente Federbagnatori Italia – Associazione di Categoria dell’Industria del Turismo Costiero e Ricettivo e del Demanio Marittimo Italiano

“The blue economy idea and the Federbalneari Italia agenda”

by Marco Maurelli et al.²

Among the themes that rarely bring to the fore the tourism business component in Italy, whether speaking about the most technical ones or even more about that of non-professionals ones, the theme of public maritime domain concessions is one of the most recurrent.

On these occasions pretty different prospects are being discussed, but some elements are still too often taken for granted, such as the fact that tourism macro-sector has dynamics typical of the service companies' economy, made of multi-year investment choices, start-up costs, commitment towards training, professionalism building and employment investments (there are 800.000 employees in the seaside industry and in the satellite activities according to the authors' estimates).

On these occasions the tourism sector goes from being a collective phenomenon that everyone lives in first person, to become a complex branch, both for heterogeneity of involved subjects and for competences and public-private interests.

The entering into force of the Services Directive (200/123/CE), wider known as Bolkestein, drew attention on the question, since its main aim is to remove restrictions to services cross-border movements and to enhance market transparency. The article presents, right before the summer season opening, the point of view of Federbalneari Italia and it is enriched by an articulated series of

experiences on different subject matters and territories: from the circular economy on the north coast of Lazio region to projects dedicated to integrated offer (DMO Etruskey), the role of training, the case of Lignano Sabbiadoro.

The article reminds also that the renowned 8,000 km of Italian coasts become – as reported in the article – almost 65,000 if we also consider the lake and river basins.

The article closes with the wish of the trade association that an agreement between competition and legal reform could be reached through the identification of uniform criteria which do not exclude professionalism and acquired experience of the facility owners, and which will be able to create a system of guarantees for the outgoing operator. With the recent delegation to the Government, in the next months there would be possible to define all the details of the Reform, integrating it with extremely current aspects: from the coastal green and energy transition to the possibility to activate a new season in which the first, but consolidated circular- economy experiences could be extended to a greater and greater number of territories, for the benefit of a relevant and iconic part of Italian incoming tourism.

² Federbalneari Italia President – Trade Association of the Coastal and Hospitality Tourism Industry and of the Italian Maritime Property

“L’idea blue economy e l’agenda di Federbalneari Italia”

a cura di Marco Maurelli³, con i contributi di Armando Montanari⁴,
Marco Moretti⁵, Giorgio Ardito⁶ e Vincenzo Cellamare⁷

1. Introduzione

Il progetto che Federbalneari Italia ha inteso porre in essere con il via alla riforma delle concessioni demaniali marittime, lacuali e fluviali da parte del Governo e confermata dal Parlamento con l’approvazione del DDL Concorrenza, è rimodulato sui termini della “Blue Economy” e, pertanto, su elementi portanti quali la “formazione” per migliorare l’approccio sistemico e di cambiamento strategico del ruolo dell’impresa turistica costiera, nel panorama del comparto turistico italiano.

Vi è poi l’interoperabilità con il modello del turismo organizzato, dal quale ne deriva la “destinazione turistica” nell’ambito della quale le imprese vengono ricondotte attraverso un processo certificato e sistemico di identificazione delle regole di mercato coerenti con il territorio sul quale le stesse imprese operano, con la selezione del target turistico differenziato al quale i diversi modelli territoriali intendono rivolgersi.

Infine, la trasformazione culturale di questo modello che deve passare dall’approvazione ormai certa di una riforma bilanciata che sappia tendere lo sguardo ad una “competitività” sana e di merito, valorizzando l’accoglienza turistica dell’attuale modello balneare italiano. La riforma

non dovrà indebolire o cancellare l’attuale modello, bensì dovrà valorizzarlo mediante l’assegnazione meritoria delle aree pubbliche sulle quali i concessionari italiani operano e con risultati di eccellenza nel comparto del turismo “Made in Italy”. In questo quadro programmatico di breve e medio periodo, Federbalneari Italia ha inteso rafforzare, certamente in modo esclusivo in Italia, con approccio sistemico sui territori, il rapporto tra turismo e pesca con il sistema dei FLAG (*Fisheris Local Action Group*) che guardano al circolo virtuoso che si genera tra enti locali costieri, mondo della pesca territoriale e comparto balneare mediante la gestione dei fondi FEAMP 2021-2027 sul tema del rilancio turistico dei singoli territori.

La rigenerazione dell’attuale modello passa senza dubbio dalla disciplina a livello regionale che sta introducendo ormai in Italia la legge sulla “Blue Economy” con uno sguardo rivolto alla transizione ecologica ed energetica, e così pure all’economia circolare. Tale opportunità di trasformazione è finalizzata a promuovere la necessità di dare corso alla “continuità d’impresa” per quelle concessionarie che aderiscono ad un sistema turistico ancora oggi unico al mondo.

³ *Presidente Federbalneari Italia*

⁴ *Docente Università La Sapienza di Roma*

⁵ *Docente Fondazione ITSSI*

⁶ *Presidente Federbalneari Friuli-Venezia Giulia*

⁷ *Avvocato Studio Legale Zunarelli e Associati e Studio legislativo Federbalneari Italia*

La riforma delle concessioni del demanio marittimo, lacuale e fluviale, introdotta all'art. 2 del DDL Concorrenza, è oggi alla Camera dei Deputati, già approvata al Senato, e prevede una delega al Governo per riscrivere le regole di assegnazione delle concessioni in Direttiva Servizi e che scadranno nel 2023. Questa riforma ha in sé una profonda criticità, ovvero il tema del demanio idrico (concessioni lacuali e fluviali) di cui lo Stato non possiede alcun dato di valore e, dunque, tale sistema demaniale è tuttora sconosciuto al MEF.

I vari Ministeri interessati alla mappatura economica di questi beni, quali il Ministero dell'Economia e delle Finanze, il Ministero delle Infrastrutture e Mobilità Sostenibili, il Ministero del Turismo e il Ministero della Transizione Ecologica, hanno costituito un gruppo di lavoro per determinare il valore di mercato di questo patrimonio (singoli beni demaniali) da censire, e che sarà definito in sede di evidenza pubblica. Naturalmente, il censimento economico di questi beni sarà affrontato per qualche anno, ma è divenuto dirimente ancor prima di immaginare le evidenze pubbliche.

2. Federbalneari Italia. Modello turistico italiano vincente e sostenibile

Le crisi, come quella che per via del Covid-19 ha colpito il turismo italiano, e i cambiamenti, come quello che produrrà la tanto attesa e auspicata riforma delle concessioni balneari, devono essere occasioni per ripartire nel modo più giusto, riformulando al meglio modelli e strategie. Questo è l'auspicio e l'impegno che si pone la nostra Associazione. Federbalneari Italia da sempre, e in questa delicata fase di transizione con ancora maggiore forza, patrocina e promuove un

turismo innovativo, che superi il concetto di promozione turistica a partire dalla modernizzazione delle infrastrutture turistiche. Quello che ci impegniamo a delineare è un modello che si ispiri a principi di sostenibilità ambientale e che sia capace di innescare un processo di investimento in riqualificazione dell'offerta di prodotti e servizi turistici, facendo leva sulle potenzialità dei territori, del patrimonio ambientale, culturale, storico, artistico ed imprenditoriale, come in una sorta di virtuosa "messa in rete" di tutti i punti di forza, di risorse umane e investimenti, di capacità gestionali e di valorizzazione del territorio e del patrimonio del nostro mare. All'interno di questo orizzonte ha un ruolo di primissimo piano il turismo balneare italiano, attore protagonista, assieme alla pesca sostenibile, del sistema della Blue Economy. In questo contesto va sviluppato un "piano mare", al cui interno si rende necessaria una norma speciale di sistema per la rigenerazione urbana delle aree costiere con gli strumenti del PNRR e si individuano quali strumenti d'attuazione e di ambito territoriale i distretti turistici e i SIT (Sistemi Turistici Integrati). Si propone, inoltre, l'attuazione di progetti speciali con un grande patto di sistema turistico per area costiera con il PNRR, un'azione in grado di dare seguito a un "percorso di ascolto" che sappia attrarre investimenti pubblici trasformando e rigenerando gli attuali volumi turistici divenuti ormai obsolescenti. Nella direzione di una transizione ecologica costiera, sempre da inserirsi nel "piano mare", deve essere promosso un piano di modernizzazione e valorizzazione del patrimonio e delle infrastrutture turistiche del demanio marittimo, lacuale e fluviale italiano. Il tutto per consegnare al

Paese una visione più moderna del turismo costiero, che si innesti in un'ottica complessiva di tutela e sostenibilità ambientale. Nascono con il medesimo obiettivo strumenti importanti quali i FLAG, Gruppi di Azione Locale per lo sviluppo sostenibile costiero e il miglioramento della qualità della vita nelle zone di pesca. Il loro fine è quello di concorrere allo

sviluppo sostenibile costiero e al miglioramento della qualità della vita nelle zone di pesca del proprio territorio, in una strategia globale di sostegno all'attuazione degli obiettivi del P.O. FEAMP 2014/2020 e delle altre misure regionali, nazionali e comunitarie per lo sviluppo delle zone di pesca.

Tab. 1 – Valore del cluster turistico e consorzio italiano

104.000	Concessioni demaniali marittime di diverse tipologie censite al S.I.D.
64.766	Km di costa italiana censita (demanio marittimo, lacuale e fluviale)
35	Milioni di presenze turistiche gestite
800.000	Occupati nell'industria balneare marittima e nel suo indotto

Fonte: Centro Studi Federbalneari Italia

3. L'economia circolare nel modello economico balneare. Il Litorale Nord del Lazio, esempio virtuoso (di Armando Montanari)

Secondo la definizione data dal Parlamento europeo l'economia circolare costituisce un modello di produzione e consumo che "implica condivisione, prestito, riutilizzo, riparazione, ricondizionamento e riciclo il più a lungo possibile di materiali e prodotti esistenti" che dovrà sostituire totalmente il precedente modello di economia lineare. Il Parlamento europeo ha indicato (10.02.2021) le principali catene del valore dei prodotti: Elettronica e TIC, batterie e veicoli, imballaggi, plastica, prodotti tessili, costruzione e edilizia, prodotti alimentari, acqua e nutrienti. La Commissione Europea ha presentato proposte per la gestione dell'economia circolare nelle singole catene del valore ed ha organizzato nel corso del 2022 dieci eventi per spiegare le possibili politiche sulla base di esperienze di successo. Il Litorale Nord comprende i sette comuni

costieri tra Roma e il confine con la Toscana e i dieci comuni che ne costituiscono l'immediato entroterra. In questa zona, oltre alla significativa presenza di beni ambientali e culturali, incidono tre importanti poli di attrazione internazionale: il centro storico di Roma, l'aeroporto di Fiumicino e il porto crocieristico di Civitavecchia. La pandemia, che ha creato gravi problemi alla situazione economica e sociale del territorio, potrà costituire un importante volano per uno nuovo sviluppo basato sull'applicazione massiccia del modello di economia circolare. Il progetto, promosso dalla Presidenza di Federbalneari Italia già prima del 2020, viene ora ripreso in relazione ai cambiamenti che la pandemia ha imposto alla nostra comunità locale e alle nuove esigenze della domanda internazionale in cui si sovrappongono l'approccio cooperativo e la prospettiva *business oriented*, a medio e a lungo termine, tramite la costituzione di una rete di laboratori che possano facilitare la pratica applicazione dell'economia

circolare con risultati concreti e tangibili nel breve termine e con il coinvolgimento di tutti gli attori delle comunità interessate. Il progetto si basa su sette fasi di sviluppo (Castellano e Montanari, 2020; <https://www.editricesapienza.it/node/7900>) che prevedono la conoscenza approfondita del ciclo produttivo delle aziende e progetti di intervento nelle singole catene del valore.

4. Destinazione turistica e coste italiane. DMO e reti d'impresa, un percorso possibile. Il caso del Litorale Nord del Lazio

La domanda turistica, per via delle trasformazioni economiche, demografiche e sociali, si è profondamente evoluta. Qualsiasi imprenditore capace del settore sa bene che oggi il servizio da erogare non consiste più nel solo albergo, bar, ristorante o ombrellone, ma deve includere una serie di nuove attività che vengono richieste dai clienti delle nuove generazioni. Ogni territorio ha le proprie specificità e caratteristiche in questo senso, ma per tutti vale la regola che l'offerta deve contemplare la piena, completa e corretta utilizzazione del patrimonio naturale e culturale del territorio, i prodotti della terra e del mare nella loro integrità e specificità territoriale. L'imprenditore non può quindi più limitarsi ad offrire la disponibilità di beni tangibili: la competitività e la soddisfazione del cliente si dovranno basare su beni intangibili, come il benessere fisico e spirituale. Fondamentale perché questo avvenga è una pianificazione della promozione e valorizzazione dell'offerta turistica integrata del territorio. È proprio questo il senso del progetto DMO Etruskey. Si tratta di una neo costituita associazione tra i progetti vincitori del bando della Regione Lazio *"Interventi a sostegno delle Destinazioni Turistiche del Lazio"*. Una rete di

dodici Comuni e trentuno soggetti privati creata per promuovere con una collaborazione sistematica e continua il turismo dell'Etruria meridionale. L'obiettivo è quello di far crescere e conoscere l'area composta da litorale laziale, Tuscia e Maremma Laziale, sviluppando un turismo integrato di qualità in un'area che ha come denominatore comune l'identità e l'eredità dalle origini etrusche.

All'interno di questa sinergia, il mare è appannaggio della Rete di Imprese *"I Borghi Marinari di Roma"*, realtà che aderisce al sistema turistico Federbalneari Litorale Nord e associa 78 aziende turistiche – dagli alberghi agli stabilimenti balneari, passando per i campeggi – di sei Comuni costieri del Lazio (Montalto di Castro, Tarquinia, Civitavecchia, Santa Marinella, Cerveteri, Ladispoli). I 100 chilometri di costa che vanno da Ladispoli a Montalto hanno un potenziale di bellezza – tra mare, paesaggio, storia, arte, cultura e tradizione enogastronomica – che è un dovere valorizzare e far conoscere. Parliamo di 8.000 posti letto disponibili nel comparto ricettivo e un territorio vasto ed importante, destinazione della domanda turistica programmata e del crocierismo internazionale del Lazio, a partire dall'hub del porto di Civitavecchia.

Il Lazio vanta cinque sistemi culturali materiali riconosciuti patrimonio dell'umanità da parte dell'Unesco e due di questi – la Necropoli di Cerveteri e quella di Tarquinia – si trovano nel territorio del Litorale Nord. La diffusione sul territorio di beni culturali unici per il loro alto valore storico ed artistico costituisce una ulteriore potenzialità di sviluppo per l'intero comprensorio. L'offerta turistica alberghiera è presente soprattutto nei comuni costieri dove è concentrato

poco meno del 90% dell'offerta di posti letto e l'80% degli esercizi alberghieri. Stando all'ultimo censimento effettuato, nell'area in esame sono risultati 171 alberghi e 2.903 strutture non alberghiere comprendenti camping, agriturismi, bed&breakfast, affittacamere e alloggi di vario tipo che vengono messi sul mercato per periodi più o meno lunghi. Il comprensorio del Litorale Nord vive una realtà caratterizzata da assenza pressoché totale di turismo, nonostante sia consistente il numero dei pernottamenti di turisti e ancora più consistente il numero di turisti in transito. I comuni del Litorale Nord comprendono il 20% dell'offerta alberghiera della Regione Lazio, escluso il Comune di Roma. Questo conferma il buon posizionamento del comprensorio quanto ad offerta turistica. I dati sull'offerta extra-alberghiera confermano che vi è una offerta poco strutturata fatta di alloggi temporaneamente destinati all'ospitalità, oltre a campeggi che per loro natura sono di norma utilizzati durante la buona stagione. Il 75% dell'offerta di posti letto del settore extra-alberghiero è concentrato nei sette comuni che si affacciano sulla costa tirrenica. Roma Capitale rappresenta l'80% dell'offerta alberghiera di posti letto e il 67% dell'offerta di posti letto extralberghiera. Da ciò è evidente che la maggior parte dell'offerta turistica della Regione Lazio, esclusa Roma, è poco strutturata. Rispetto all'offerta della Regione Lazio, esclusa Roma, il Litorale Nord rappresenta in posti letto il 26% dell'offerta alberghiera e il 32% dell'offerta extra-alberghiera. Ciò conferma che l'offerta di ricettività turistica dei comuni del Litorale Nord è ancor meno strutturata del resto della Regione, esclusa Roma. Attraverso la rete e il progetto DMO Etruskey si vuole attrarre in questi territori, troppo spesso

misconosciuti ed esclusi dalle rotte più in voga, un turismo di qualità, nazionale e internazionale. L'impegno è quello di lavorare a un nuovo modello di sviluppo turistico, che punti su integrazione, innovazione, internazionalizzazione. In questi anni è mancata completamente per questi territori una Destination Management Organization e, dunque, una strategia adeguata e una gestione coordinata di tutti i molti tasselli che costituiscono la promozione turistica. Soltanto mettendo a sistema tutte le componenti della ricca offerta di questa parte di Italia si può valorizzarne appieno il grande potenziale. Con tutte le ricadute economiche e di sviluppo del territorio che ne conseguono.

5. Formazione e comunicazione nel cluster del mare e delle spiagge italiane. Fondazione ITSSI e Federbalneari Italia *(di Marco Moretti)*

L'Associazione Federbalneari Italia è stata al centro di uno studio condotto all'interno del corso biennale di Comunicazione d'Impresa e Ufficio Stampa 4.0 promosso da ITS Servizi per le Imprese, presso l'Università della Tuscia di Viterbo. Il gruppo di giovani professionisti ha elaborato un'analisi e una strategia di comunicazione articolata su più livelli, recependo le diverse istanze su cui è impegnata Federbalneari: da una parte, il ruolo di rappresentanza dell'organizzazione presso le istituzioni alle prese anche con la riforma del settore, quale evento epocale che caratterizza gli ultimi 50 anni di storia del turismo balneare; e dall'altra, l'attività rivolta alla creazione e al mantenimento dell'offerta turistica integrata, la qualità dei servizi, l'aumento della sostenibilità ambientale. Dalla ricerca, che è stata anche un'occasione per esplorare le criticità che caratterizzano il rapporto tra il mondo balneare e quello della comunicazione

e delle relazioni esterne, è emersa una serie di punti di forza, di debolezza e di opportunità nella valorizzazione del brand e della sua reputazione, in un contesto che si va modificando per tutte le associazioni del comparto. Un focus è stato condotto sul *sentiment* presso l'opinione pubblica. Attraverso l'analisi degli strumenti di comunicazione, ha restituito un quadro, collegato ad alcune specifiche azioni di comunicazione istituzionale, nel quale i giudizi positivi rilevati (79,3%) prevalgono di gran lunga su quelli negativi (8,4%) e neutri (12,3%). Il livello di attenzione nei confronti di Federbalneari è alto anche da parte degli organi di informazione, seppur evidenziando la necessità di implementare la propria strategia di comunicazione, attraverso campagne mirate su stampa tradizionale, autoproduzione di contenuti e maggiore presenza sui canali social. L'analisi SWOT dei gruppi di lavoro ha identificato Federbalneari come un'associazione dalla forte propensione al cambiamento e un buon posizionamento nel *benchmark* di contesto sulla "concorrenza" con le altre sigle, grazie alla rete di aziende iscritte, al livello dei servizi, programmazione e competenza. Attraverso l'individuazione delle *buyer personas* sono emerse le caratteristiche dell'utenza tipo interessata all'attività dell'organizzazione di nuovi servizi associativi e di spiaggia, mentre sul versante della comunicazione è emersa la necessità di dotarsi di strumenti diversi e specializzati e la produzione di contenuti *'in house'*. In primo luogo, la progettazione di una newsletter rivolta non solo agli iscritti e agli addetti ai lavori, ma anche ad un pubblico più vasto attento alle attività di Federbalneari, per dar conto del lavoro volto a costruire un'immagine positiva dell'associazione, sempre più aperta e trasparente nelle sue azioni e innovativa nelle sue *best practices*.

6. Friuli – Venezia Giulia, best practice a livello nazionale (di Giorgio Ardito)

Il modello turistico balneare della costa adriatica del Friuli-Venezia Giulia è creato dalle aziende, imprese fatte di *know-how*, specializzazione, investimenti, attrezzature e tanta professionalità. Più di qualsiasi definizione, però, descrive la nostra realtà la storia della località e del turismo che vi è stato delineato. Dal 1904 – anno in cui venne inaugurato il primo stabilimento balneare – a oggi, questo comune di 6.900 abitanti che è Lignano Sabbiadoro si è affermato come polo di attrazione turistica internazionale grazie al lavoro degli imprenditori che hanno saputo alimentare potenzialità e bellezze, investendo sul territorio in modo da valorizzarne le ricchezze naturali, architettoniche, culturali e artistiche. Da sempre si è puntato sulla costruzione di una destinazione a tutto tondo, dove il turista trova grande senso di ospitalità e perfetta organizzazione logistica. Gli imprenditori turistici di Lignano facevano marketing quando ancora non si utilizzava questa espressione. Nel 1954, quando ancora stava prendendo forma a Lignano Pineta la meravigliosa architettura a spirale del visionario architetto Marcello D'Olivo, riuscirono ad avere come padrino d'eccezione della località niente di meno che il premio Nobel per la letteratura e famoso scrittore americano Ernest Hemingway. Da allora è stato tutto un susseguirsi di iniziative che regalino all'ospite un'esperienza completa, che va ben oltre al noleggio di ombrellone e lettino. La rassegna culturale ed enologica "Incontri con l'autore e con il vino" lanciata già dal 1999; il "Simposio di Mosaico", in cui operano ogni estate gli artisti della scuola di Mosaico del Friuli di Spilimbergo che, con le varie edizioni susseguitesesi negli anni,

ha trasformato il Lungomare Kechler di Lignano Pineta – dove i mosaicisti hanno innestato le proprie opere – in vero e proprio museo a cielo aperto; il “Simposio di Scultura” su pietra locale che ha aggiunto il fascino di splendide opere al Parco del Mare di Lignano Pineta; i corsi di marketing turistico invernali per formare ed aggiornare gli operatori locali; la rassegna di tema economico e finanziario “Economia sotto l’Ombrellone”. E, ancora, all’insegna della digitalizzazione, il Wi-Fi super performante grazie all’operazione “Lignano Banda Larga” che ha portato alla località, attraverso investimenti dell’opera di telecomunicazioni Irideos, 52 km di fibra ottica FTTH (*Fiber To The Home*) già da giugno 2019, con un largo anticipo sulla media nazionale di Comuni così piccoli in termini di abitanti; un’illuminazione smart tutta al led; sistemi di automatizzazione grazie ai quali attivare la doccia, aprire i servizi igienici o la cassetta di sicurezza sotto l’ombrellone semplicemente con un comodo braccialetto al polso, effettuare prenotazioni on-line di servizi e persino consentire il “resell” del proprio ombrellone se si è assenti per qualche giorno, ricarica di smartphone direttamente all’ombrellone, web radio ai bar della spiaggia con solo musica e informazioni dedicate, sedie JOB per permettere anche ai diversamente abili di fare il bagno, linea di abbigliamento Pineta Art ed altro ancora. È tutto questo sistema, assieme al mare e alle spiagge, volto ad attirare e fidelizzare l’imponente flusso turistico che Lignano si è saputa conquistare: 3.700.000 presenze per stagione, con un 55-57% di stranieri, soprattutto austriaci e tedeschi della Baviera. Ospiti mediamente molto esigenti, che cercano per le proprie vacanze un’offerta integrata.

Il Friuli-Venezia Giulia nel 2006 varò, a proposito di concessioni balneari, un provvedimento che guardava più all’Europa che a Roma: nel 2008 è andato a gara giocandosi l’azienda senza paracadute. Alla luce di questo modello turistico e imprenditoriale, perché la riforma delle concessioni sia utile a valorizzare il turismo italiano, deve salvaguardare il valore delle aziende. Solo questo può garantire che vengano realizzati investimenti fino all’ultimo giorno delle concessioni e può tutelare dalla disastrosa possibilità che persone sprovviste e impreparate vogliano imparare il mestiere a spese del sistema turistico nazionale. Sarebbe il modo migliore per distruggere località che hanno costruito la loro fama in decenni e decenni di professionismo dell’ospitalità. Nell’ottica di proteggere un modello turistico virtuoso, un’associazione di categoria come Federbalneari risulta del tutto strategica, perché valorizza il lavoro degli imprenditori. Porta un confronto proficuo e una sinergia di sforzi per raggiungere obiettivi comuni. Compreso quello di raccontare all’opinione pubblica quale sia realmente il lavoro dell’imprenditore balneare, prima linea del sistema turistico italiano.

7. Concorrenza e riforma giuridica. Intesa possibile? *(di Vincenzo Cellamare)*

In tema di concessioni demaniali marittime si potrebbe essere dinanzi ad una svolta decisiva circa le annose problematiche sorte in seguito dell’entrata in vigore della Direttiva Servizi 200/123/CE, conosciuta anche come Direttiva Bolkestein. Senza soffermarsi troppo sulla genesi del contrasto tra normativa interna ed unionale, è importante ricordare che la Direttiva Servizi, anche se non concepita per l’affidamento in concessione di beni

demaniali marittimi, ha come obiettivo l'eliminazione delle restrizioni alla circolazione transfrontaliera dei servizi e l'aumento della trasparenza.

A parere della Commissione Europea, la proroga generalizzata della durata delle concessioni demaniali rende – in concreto – difficoltoso, se non impossibile, il diritto dei nuovi operatori a poter subentrare in un mercato definito già da altri. A livello nazionale, per effetto di reiterati e caotici interventi legislativi e a causa della mancanza di un indirizzo politico chiaro, preciso e concordante, la disciplina delle concessioni demaniali marittime ha subito una sostanziale frenata nel tempo dovuta soprattutto all'inerzia del Legislatore e non dettata da omissioni dei concessionari dal momento che, nel suo intervento, gli stessi avevano riposto un affidamento legittimo nella regolarizzazione della materia e alla prosecuzione del rapporto concessorio. D'altronde, come noto, l'Adunanza plenaria, con le sentenze gemelle n. 17 e 18 del 2021, pur avendo affermato il contrasto della proroga automatica delle concessioni balneari con la disciplina unionale, ha ritenuto sussistenti i presupposti per modulare gli effetti temporali della propria decisione sino al 31 dicembre 2023. Una delle prime bozze dell'emendamento approvato dal Consiglio dei Ministri nel DDL Concorrenza ha previsto, infatti, sulla scorta dei principi affermati dalle predette sentenze, che le concessioni in essere alla data di entrata in vigore della relativa legge oltre a continuare ad avere efficacia fino al 31.12.2023, sia riconosciuto ai concessionari uscenti, nel procedere al successivo affidamento, un indennizzo a tutela degli investimenti effettuati nonché la valorizzazione, in termini economici, dell'azienda e del suo

avviamento quale presupposto nel redigere i criteri per il rilascio, nella procedura di selezione.

Tanto potrebbe rispondere alla convivenza degli interessi pubblici sottesi all'affidamento dei beni che caratterizzano le aree demaniali marittime, rispetto a colui che ha investito tutte le sostanze, non solo economiche, rispetto alla creazione di una impresa balneare che insiste sui medesimi beni.

Su un piano squisitamente giuridico e di certezza del diritto, anche finalizzato a circoscrivere la discrezionalità della pubblica amministrazione nella scelta del concessionario, nella misura in cui la *lex specialis* sia definita da decreti legislativi successivi, sarebbe auspicabile concentrare le norme in un Testo Unico tale da conferire organicità alla materia e chiarezza indispensabile per gli operatori economici del settore.

In linea con ciò e nella misura in cui, dunque, sia indispensabile giungere ad una concreta intesa tra concorrenza e riforma giuridica del settore, sarebbe opportuno predisporre criteri uniformi, in tema di affidamento, che tengano in considerazione da un lato la professionalità e l'esperienza acquisita da parte dei titolari delle strutture e dall'altro la costruzione di un sistema di garanzie, quale ad esempio il riconoscimento del valore d'azienda e il suo avviamento, da collocare a vantaggio del concessionario uscente.

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. +39 0413093260 | fax. +39 0418520077
www.risposteturismo.it | info@risposteturismo.it