



TURISMO: LE PROPOSTE DI CONF TURISMO-CONFCOMMERCIO

SUPERARE IL DIBATTITO SULLA GOVERNANCE PER FARE SISTEMA

Per andare finalmente oltre l'ormai quindicinale diatriba tra Stato e Regioni, alla base delle "non scelte" di strategia che hanno paralizzato l'economia turistica del paese, ci vuole un modello di governance che metta a sistema tutti i centri decisionali. In parallelo quindi alla riforma del Titolo V della Costituzione – che nel Disegno di legge all'analisi del Parlamento affronta la ripartizione delle competenze sul turismo seppure con una formulazione migliorabile - va rafforzata l'azione del Governo su quei piani normativi trasversali che ad esso competono e che sono alla base di qualsiasi tipo di sviluppo turistico del nostro Paese. Un ipotetico Ministero del turismo che non abbia capacità di coordinare anche le scelte strategiche del paese in tema di trasporti, credito, relazioni internazionali, affari comunitari, fiscalità e lavoro con ricaduta immediata sul settore – solo per citarne alcuni – non risolverebbe quasi nessuna delle molte questioni aperte.

PUNTARE SU UNA PROMOZIONE FORTE E SINERGICA

Il turismo italiano non si promuove da solo, nonostante il nostro paese resti in cima alla classifica dei desideri di vacanza dei potenziali turisti di tutto il mondo. La più volte criticata mancanza di sinergia tra investimenti promozionali del territorio – Comuni, Province, Regioni – e del marchio "Italia", trova oggi terreno fertile in un'Agenzia Nazionale del Turismo che, dopo un anno di commissariamento, fa fatica a portare avanti anche solo l'attività ordinaria. Tavoli politici e tecnici istituiti e avviati per sbloccare questa fase di stallo non hanno portato a nulla, dal TDLAB al Comitato permanente di promozione del turismo. Confturismo ritiene che, nelle more di un nuovo assetto delle competenze, qualsiasi esso sia, debbano essere immediatamente reperite nel bilancio dello Stato le risorse necessarie per consentire all'Agenzia Nazionale del Turismo ENIT di svolgere a pieno titolo l'attività di promozione ad essa demandata. Ribadisce inoltre l'inscindibilità del binomio pubblico-privato nel processo di promo-commercializzazione delle destinazioni turistiche, nel senso che, se pubblica – o meglio pubblica e privata – è l'iniziativa promozionale, quella di commercializzazione per sua natura non può che ricadere pienamente nell'ambito del privato. L'azione delle parti deve essere pertanto pienamente sinergica ma nessuna confusione va fatta sui rispettivi ruoli e competenze.

PRESIDIARE CON PIU' ATTENZIONE LE POLITICHE COMUNITARIE RILEVANTI PER IL TURISMO

L'Europa mantiene salda la posizione di principale motore dei flussi turistici internazionali, tanto in entrata quanto in uscita. Per questo motivo le direttive, i regolamenti e gli avvisi deliberati a livello comunitario hanno un ruolo chiave nel modificare gli assetti competitivi tra i paesi dell'Unione. Confturismo giudica a dire poco "distratta" l'azione dei rappresentanti italiani presso l'Unione Europea, che dovrebbe invece essere mirata a monitorare con cura e preventivamente gli effetti di questi provvedimenti sull'economia turistica nazionale. La prossima apertura della revisione della direttiva servizi, l'emanazione in corso del regolamento visti e della direttiva sui pacchetti di viaggio, i molteplici provvedimenti sempre all'ordine del giorno in materia di protezione dei consumatori e politiche dei trasporti nonché le diverse linee di azione sulla promozione turistica comune e sull'armonizzazione delle normative nazionali in campo fiscale,

lavoristico e di standard dei servizi, sono tutte questioni vitali per il turismo italiano. Confturismo chiede che venga aperto su questi temi un canale ufficiale e dedicato di confronto con la rappresentanza permanente italiana in Consiglio d'Europa, con gli Europarlamentari e con i membri italiani della Commissione.

“THINK TOURISM FIRST” OVVERO, RAGIONARE L'ECONOMIA IN CHIAVE DI TURISMO

Una raccomandazione che sembrerebbe superflua in un paese che dal turismo trae oltre il 10% del proprio PIL ma che è costantemente smentita dai fatti. Il turismo è asset portante dell'economia nazionale ma ci si dimentica del settore ogni giorno: quando si escludono i costi del lavoro stagionale dalla deducibilità IRAP, quando si fissano limiti all'uso del contante, quando si consente che vengano richiesti ai turisti imposte, contributi, addizionali e balzelli che fioriscono quotidianamente per riassetare i buchi di bilancio di enti territoriali falciati dalla riduzione dei trasferimenti dallo Stato. Che sia un Ministero, un Dipartimento o anche il semplice potenziamento del dicastero attualmente competente, Confturismo chiede che venga istituita una cabina di regia centrale in grado intercettare i provvedimenti in fase di adozione e misurarne preventivamente il potenziale impatto sull'economia nazionale del turismo. Un organismo che sia in grado di intervenire tempestivamente, segnalando le criticità e sottoponendo le soluzioni utili, al quale partecipino le rappresentanze imprenditoriali e dei professionisti del settore.

PUNTARE ALLA PRODUTTIVITA', NON SOLO AI NUMERI

Il recente caso di acquisizione da parte imprenditori cinesi del marchio italiano Pirelli, che sta suscitando dibattito sull'alienazione in corso di elementi importanti dell'economia italiana, è cosa che nel turismo accade da anni senza che il Governo vi presti attenzione. Uno studio di Confturismo realizzato con Ciset-Università Ca' Foscari di Venezia ha calcolato che confluisce nel PIL italiano meno della metà – precisamente il 47% - di quanto un turista straniero spende per comprare la sua vacanza in Italia, e si tratta di una percentuale in costante erosione. Il sistema dei trasporti, i portali di prenotazione, le assicurazioni e in generale i produttori di servizi per il turismo con sede all'estero campano abbondantemente con i proventi che ricavano dalla gestione dei flussi diretti in Italia. Questo mentre anche quei pochi provvedimenti destinati a sostenere gli investimenti delle imprese italiane del settore nella digitalizzazione, nella riqualificazione e nella creazione di reti d'impresa, restano non finalizzati. Confturismo chiede un profondo salto di qualità dell'iniziativa del Governo a difesa della ricchezza che il turismo internazionale diretto in Italia genera per la nostra economia, difesa che non può che basarsi su azioni di supporto immediate e concrete allo sviluppo delle imprese ed all'attività dei professionisti nazionali del settore.

IL MEZZOGIORNO CON VOCAZIONE TURISTICA TUTTA DA SFRUTTARE

Ampie zone del Mezzogiorno d'Italia, una delle pochissime aree al centro del Mediterraneo ancora non pienamente sfruttata in termini turistici, restano ingabbiate in processi di destinazione industriale avviati nel dopoguerra, che hanno ormai dimostrato tutti i loro limiti di sviluppo. Leggere l'arretratezza del turismo in queste aree come frutto di carenze infrastrutturali è riduttivo. Al contrario sono spesso più banali lentezze burocratiche, rigidità sui cambi di destinazione d'uso di ampie aree del territorio e demaniali e limitazioni alla concessione di crediti e finanziamenti sui business plan presentati, a bloccare sul nascere iniziative che potrebbero avere grande sviluppo per il turismo non solo culturale ma anche balneare, sportivo, naturalistico, enogastronomico, della diportistica e altro ancora. Confturismo ritiene che provvedimenti di semplificazione che favoriscano la semplice messa a sistema dei servizi delle infrastrutture esistenti, almeno in fase iniziale, unita all'avvio di una strategia sinergica concordata Governo-Regioni-imprese per il Mezzogiorno possa portare risultati positivi in breve tempo soprattutto per quanto riguarda la distribuzione sul territorio di valore aggiunto e ricchezza generata da flussi turistici altamente motivati e qualificati.