COMMISSIONE BENI E ATTIVITA' CULTURALI AMBITO TURISMO
DELLA CONFERENZA DELLE REGIONI E DELLE PROVINCE AUTONOME
27 marzo 2012

LINEE STRATEGICHE DELLE REGIONI PER IL SETTORE TURISMO

1. Premessa: Governance e piano strategico del turismo

È un dato inconfutabile che il turismo costituisca un asset strategico del Sistema Italia, ma se così è si rende necessario porlo realmente al centro delle politiche di sviluppo del nostro Paese, mediante l'adozione di un piano strategico nazionale lungimirante, da realizzarsi entro tempi certi.

Il turismo italiano necessita *in primis* che si assicuri uno sviluppo organico, strategico e condiviso di un prodotto competitivo e complesso, coinvolgendo tutti gli attori operanti nei diversi settori dell'economia nazionale (dalla formazione, alle infrastrutture, alle politiche fiscali, all'ambiente, alla cultura), al fine di assicurare la definizione di un modello di sviluppo socio-economico tale da liberare tutte le energie presenti sul territorio nazionale.

Fare filiera di sviluppo significa puntare su qualità, innovazione, credito e aggregazioni pubblico-private, per favorire l'implementazione della competitività turistica italiana nei mercati esteri mediante il ricorso a politiche e a strumenti unitari di innovazione e di internazionalizzazione.

In quest'ottica, sono stati intrapresi ormai da tempo i lavori per la definizione del **Piano strategico nazionale del turismo**, di concerto tra Governo, Regioni e Province Autonome ed Associazioni di Categoria, ma non ancora condotti a conclusione. Ad avviso delle Regioni e delle Province Autonome, è ormai improcrastinabile la definizione del Piano e la VI edizione della Conferenza Nazionale del Turismo può costituire l'occasione per presentarlo. A tal fine si rende necessario avviare immediatamente i lavori di confronto in merito ad obiettivi predefiniti e concordati.

Nel ribadire, quindi, quanto già formalizzato nelle "*Linee strategiche delle Regioni e delle Province Autonome per rilanciare l'industria turistica italiana*", rassegnate a Cernobbio in occasione della precedente Conferenza Nazionale del Turismo dell'ottobre 2010, che fanno parte integrante del presente documento, le Regioni e le Province Autonome intendono formalizzare ulteriori appro-

fondimenti della posizione allora adottata ed ancora in buona parte attuale, oltre che segnalare nuove ed ulteriori priorità ritenute ormai improcrastinabili.

E per garantire una migliore e più armonica definizione delle politiche del turismo, si ricorda anche in questa sede che è stato costituito il **Comitato permanente per il coordinamento in materia di turismo**, che rappresenta lo strumento per colmare l'attuale gap della governance italiana in quanto sede di **confronto preventivo** tra Stato, Regioni e Province Autonome per la definizione delle politiche di riferimento, in ossequio al principio di leale collaborazione.

È quanto mai opportuno implementare il ricorso a tale strumento di concertazione per rendere organiche ed efficienti le politiche turistiche nazionali, purché si intenda realmente definirle di comune accordo all'esito di un sereno e leale confronto tra le Amministrazioni di diverso livello. La sterile rivendicazione delle competenze denota oggi un atteggiamento miope, che ostacola lo sviluppo armonico e lungimirante del settore.

Il piano nazionale del turismo, infatti, deve essere il frutto della condivisione degli obiettivi e delle strategie da parte dei diversi attori pubblici e privati dediti alla crescita al settore, pur nel rispetto delle reciproche funzioni e dei rispettivi ruoli.

È a tal fine auspicabile realizzare in modo ottimale la "*multilevel governance*", secondo il principio europeo di sussidiarietà che la Comunità Europea considera strumento imprescindibile per il rilancio della politica turistica, reputando la cooperazione un elemento necessario a livello europeo, nazionale, regionale, pubblico e privato, mediante la creazione di network che aggreghino ed integrino interessi e risorse di aree geografiche omogenee, in un'ottica di sistema.

Attraverso il ricorso sistematico alle **intese** ed agli **accordi** da concludersi in Conferenza Stato-Regioni e in Conferenza Unificata, quindi, è di per sé già tracciato un percorso privilegiato per la **definizione concertata delle politiche di settore** e per l'**armonizzazione del relativo sistema legislativo**, dando coerenza all'iniziativa legislativa sia statale che regionale, nel pieno rispetto del principio della lealtà dei rapporti interistituzionali.

Sugli stessi binari deve inquadrarsi il rapporto con le Autonomie locali e con le Associazioni di categoria degli operatori turistici. La condivisione delle strategie con tutti i soggetti della filiera per consolidare il brand Italia sui mercati internazionali diviene elemento determinante per conseguire gli obiettivi di crescita socio-economica programmati.

La Commissione Turismo aveva proposto ad esempio, in ossequio del principio di leale collaborazione, di avviare un confronto sull'intero impianto normativo del D.Lgs. n. 79/2011 (c.d. Codice del Turismo), quando ancora era *sub judice* presso la Corte Costituzionale e nonostante il

Sistema Regionale non sia stato affatto coinvolto nella sua definizione, pur di fornire una risposta celere ed esaustiva al territorio ed al mondo imprenditoriale.

La sentenza n. 80 del 2012 pronunciata dalla Corte Costituzionale in accoglimento dei ricorsi regionali determina la bontà della tesi difensiva delle Regioni e delle Province Autonome, che tuttavia, credendo fermamente nella collaborazione interistituzionale a favore dell'intero Sistema Paese, pur se nel rispetto delle reciproche competenze costituzionalmente disposte, auspicano il fortificarsi del confronto tra i diversi livelli amministrativi a dispetto della condotta assunta nel passato.

È intenzione delle Regioni e delle Province Autonome, quindi, rappresentare un **documento di intenti** quale base per la definizione del **Piano Strategico Nazionale del Turismo, di concerto** con tutti gli attori pubblici e privati del settore turistico italiano.

Nell'intendimento di rappresentare le finalità ritenute prioritarie dalle Regioni e dalle Province Autonome, da perseguire in un'ottica di sistema, ma nel rispetto dei ruoli e delle funzioni delle diverse Amministrazioni, si riporta qui di seguito un prospetto che sintetizza le tematiche essenziali per il sistema regionale, che verranno poi esplicate analiticamente.

1. IMMAGINARIO Costruzione e alimentazione dell'immaginario turistico dell'Italia e delle sue Regioni (fase nella quale i potenziali turisti elaborano il desiderio del viaggio: guidistica, cultura nelle forme più varie, internet)	STATO	Analizzare e monitorare la forza di attrazione dell'Italia e delle sue regioni (analisi delle pubblicazioni all'estero, della forza della cultura italiana, ecc.) (Osservatorio nazionale sul turismo)
		Enit
		Portale Italia.it
		Rafforzare la presenza del prodotto turistico italiano all'interno delle azioni di internazionalizzazione dei prodotti italiani
	REGIONI E PROVINCE AUTONOME	Analizzare e monitorare la forza di attrazione della Regione e delle Province Autonome
		Curare il portale del turismo regionale secondo un linea di

		comunicazione comune con le altre Regioni e con lo Stato
		Agire per alimentare la diffusione della cultura specifica della regione sui mercati individuati come potenzialmente sensibili

2. SERVIZI E INTERMEDIAZIONE (Servizi e intermediazione al viaggio - fase nella quale avviene l'acquisto del viaggio e il trasferimento: tour operating, intermediazione, reti di servizi, infrastrutture, trasporti)	STATO	Analisi e monitoraggio delle compravendite di prodotti turistici verso l'Italia (Osservatorio nazionale sul turismo)
		Accordi specifici per il turismo internazionale e in particolare intercontinentale, da stringere con tour operator, compagnie aeree, di navigazione, catene alberghiere, sistemi finanziari, ecc.
	REGIONI E PROVINCE AUTONOME	Analizzare e monitorare le compravendite di prodotti turistici verso la Regione o Provincia Autonoma e al loro interno
		Stringere accordi nazionali e internazionali specifici per il turismo con tour operator, compagnie aeree, di navigazione, alberghiere, ecc.

3. ACCOGLIENZA Sistema di accoglienza (fase nella quale l'ospite risiede e visita: ricettività, ristorazione, servizi alla persona, offerta culturale, ecc.)	STATO	Analizzare e monitorare l'accoglienza (Osservatorio nazionale sul turismo)

	REGIONI E PROVINCE AUTONOME	Analizzare e monitorare l'accoglienza
		Curare infrastrutture e servizi alla mobilità
		Qualità
		Professioni turistiche
		Sostenibilità
		Formazione
		Pratiche turistiche sul territorio (beni culturali, montagne, aree protette, gastronomia, itinerari, balneazione, termale, ecc.)

Vi sono poi altre specifiche questioni in relazione alle quali è necessario adottare i provvedimenti più opportuni nel quadro di strategie concordate:

3. ULTERIORI QUESTIONI	STATO	Rapporti con l'UE
		Fiscalità
		Sostegno al settore
		Semplificazione
		Professioni turistiche
		Concessioni demaniali
	REGIONI E PROVINCE AUTONOME	Fiscalità
		Semplificazione
		Professioni turistiche
		Concessioni demaniali

2. Attività di promozione

Questione ENIT

Ricostituito il Consiglio di Amministrazione dell'Agenzia Nazionale del Turismo (ENIT), le Regioni e le Province Autonome sono ora poste nella condizione di contribuire attivamente alla determinazione delle scelte di governance dell'Agenzia, alla luce delle esperienze, delle professionalità e delle capacità operative acquisite negli anni e delle priorità ritenute di volta in volta più opportune, onde favorire la promozione della "*Destinazione Italia*" nella sua interezza, pur nel rispetto delle specificità regionali che costituiscono - nella loro molteplicità - l'essenza stessa delle attrattività turistica italiana.

È ora possibile lavorare sinergicamente per la definizione di una seria programmazione delle attività dell'ENIT, sulla base di uno scenario condiviso di almeno tre anni, che veda convergere l'impegno dello Stato, delle Regioni e Province Autonome e delle Associazioni di Categoria verso la realizzazione di "*Progetti Paese*", anche mediante la definizione partecipata di un programma di promozione - nella forma ad esempio dell'accordo di programma - che possa contare su idee e risorse condivise da tutti i soggetti coinvolti nel sistema.

Le Regioni e le Province Autonome, atteso il loro stretto collegamento con il territorio, hanno già implementato iniziative in materia di innovazione della promozione turistica locale sotto il profilo organizzativo (Destination Management Organization), favorendo un percorso condiviso di marketing territoriale e di sviluppo locale competitivo, sostenibile e coerente con le scelte del governo territoriale.

Ed in un'ottica di sistema, potrebbe essere definito ad esempio un protocollo di intesa tra Regioni ed ENIT ai fini di una partecipazione coesa dell'intero sistema regionale alle fiere internazionali, quale primo step operativo in una prospettiva programmatica più ampia.

Peraltro, le finalità istituzionali dell'Agenzia possono essere perseguite solo qualora essa venga dotata di risorse finanziarie adeguate, in controtendenza con le politiche precedentemente adottate di tagli di bilancio e di ridimensionamento delle sedi all'estero, tra le quali alcune ritenute invece strategiche per il rilancio internazionale del brand Italia.

Accanto agli ingenti sforzi economici sostenuti dalle Regioni e dalle Province Autonome, soprattutto in questi ultimi anni, grazie ai quali sono state finanziate nella loro interezza le attività di promozione dell'offerta turistica italiana e sostenute le imprese nel far fronte alla difficile competizione internazionale, è necessario che il Governo italiano faccia la sua parte riservando alle attività di promozione turistica sui mercati esteri almeno una cifra corrispondente a quella destinata da altri paesi europei nostri diretti concorrenti come Spagna e Francia.

Le Regioni e le Province Autonome, dal canto loro, sono disposte ad una partecipazione diretta anche in termini di risorse, qualora si definisca un progetto condiviso. Circostanza, questa,

non nuova se si pensa che il programma di promozione turistica nei Paesi emergenti (BRIC) avviato dall'ENIT è finanziato con le risorse dei progetti d'eccellenza che fanno capo alle Regioni stesse.

Peraltro, si richiama l'attenzione su due questioni che meritano un approfondimento perché ingenerano disagi a livello operativo e difficoltà per le imprese turistiche:

- la previsione della Carta dei Servizi che dispone il pagamento dei servizi offerti dall'ENIT in occasione di fiere ed eventi da parte non solo delle Regioni e delle Province Autonome, ma anche degli operatori;

- il ritardo accumulato nel rilascio dei visti turistici, al cui iter contribuisce anche l'ENIT in collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri, la cui problematica rientra in un più ampio discorso di necessaria ottimizzazione delle relative procedure onde facilitare l'ingresso in Italia dei flussi turistici esteri.

Si sottolinea, infine, che il Convention Bureau rappresenta un importante e condivisibile obiettivo per la promozione internazionale del turismo congressuale italiano in modo integrato ed efficace e per la destagionalizzazione dei flussi turistici, ma - ravvisato che l'esperimento di una società ad hoc non ha sortito gli effetti sperati, pur ravvisando la necessità di una struttura che si occupi del turismo congressuale - si proporrà che questa linea d'azione possa essere incardinata nell'ambito dell'ENIT, nell'ottica di una nuova funzione dell'Agenzia stessa.

Portale Italia.it e progetto "Portale telematico interregionale di promozione turistica"

Per rispondere alle nuove esigenze di un mercato globalizzato che opera sempre più in rete, le Regioni e le Province Autonome hanno creato portali e sistemi informatici all'avanguardia, fornendo così risposte concrete alle imprese del territorio. Partendo da queste esperienze è possibile creare finalmente un Portale nazionale per il turismo italiano.

È necessario risolvere con urgenza il problema inerente il Portale Italia.it, la cui nascita stenta a decollare nonostante l'ingente dispendio di energie e di risorse pubbliche. A tal fine, le Regioni e le Province Autonome chiedono che il Governo non agisca unilateralmente e rivendicano il proprio ruolo attivo nella definizione di tale strumento.

È necessario, quindi, riattivare tempestivamente sul tema un fattivo confronto Stato-Regioni, al fine di accertare come siano state utilizzate le risorse finalizzate alla realizzazione del Portale Italia.it e di appurare con esattezza l'entità di quelle ancora disponibili, allo scopo di definire in maniera condivisa il rilancio di uno strumento ritenuto importante per la promozione all'estero del sistema turistico nazionale.

La questione si pone nell'ambito di un contesto più ampio che vede la necessità di definire un efficiente sistema di comunicazione a livello nazionale ed internazionale del brand Italia. Le Regioni e le Province Autonome fanno già la loro parte approvando i rispettivi piani di comunicazione. Può ritenersi, quindi, facilitato l'avvio di un proficuo confronto con lo Stato.

Peraltro, la problematica è connessa al fatto che il Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo non ha concesso la proroga del progetto "*Portale telematico interregionale di promozione turistica*", motivando tale diniego con la circostanza per cui esso risulta essere «*in larga misura sovrapponibile con le attività svolte nell'ambito dell'implementazione del portale "Italia.it"*».

Essendo state fornite al Dipartimento tanto una ricostruzione esatta e puntuale della vicenda afferente il progetto interregionale di cui sopra quanto una rendicontazione tempestiva, puntuale ed esaustiva dello stesso, emerge chiaramente che la mancata proroga del progetto appare immotivata.

Si consideri, peraltro, che la maggior parte delle disponibilità finanziarie utilizzate sono gravate a carico dei bilanci regionali, non essendo state ancora erogate le quote di cofinanziamento statale, nonostante fosse stato debitamente richiesto previa esaustiva rendicontazione.

Va chiarito che il progetto interregionale di cui trattasi e il progetto Italia.it hanno vissuto di vita propria, trattandosi di due distinte iniziative progettuali per le quali si creò una sinergia, vanificata poi dalle scelte unilaterali del Governo di togliere dalla rete il portale Italia.it, nonché di mettere in linea un nuova versione senza il benché minimo coinvolgimento delle Regioni.

Tanto premesso, è stato da tempo richiesto al Governo la concessione della proroga del progetto analogamente agli altri, la tempestiva erogazione alle Regioni ed alle Province Autonome del pagamento degli acconti non ancora effettuati delle risorse del progetto "*Portale telematico interregionale di promozione turistica*", la fissazione di uno o più incontri con i rappresentanti del Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo volto a dirimere la questione.

Internazionalizzazione

Nell'ambito delle scelte strategiche del Piano vanno indicate le azioni finalizzate alla promozione all'estero dell'intero sistema economico nazionale e regionale, anche mediante l'offerta integrata di prodotti turistici nell'ambito dei rapporti di "*internazionalizzazione*".

Tale strategia è suffragata dai positivi riscontri ottenuti durante eventi promozionali di rilievo anche esteri (ad esempio EXPO di Shanghai), nei quali il "*Sistema Italia*" ha avuto l'occasione di presentare l'intero panorama dei propri "*prodotti*" manifatturieri, turistici ed enogastronomici, suscitando l'interesse degli operatori internazionali.

Le Regioni e le Province Autonome, nel condividere le osservazioni formulate dal Ministro per il Turismo in merito alla necessità di non perdere l'occasione di rendere l'Expo 2015 di Milano un evento a beneficio del turismo nazionale, propongono di istituire un tavolo di confronto nell'ambito della Conferenza Stato-Regioni per le determinazioni del caso, coinvolgendo opportunamente anche l'ENIT.

Occorre riattivare il *Tavolo permanente* di lavoro e di raccordo per i programmi di promozione all'estero e di internazionalizzazione delle imprese esistente in Conferenza Stato-Regioni, ampliandone gli ambiti di azione anche al settore del turismo, coinvolgendo ENIT, Ministeri competenti, Regioni e Province Autonome, che realizzi i seguenti obiettivi:

- programmazione condivisa e proposta in tempo utile per organizzare le attività delle aziende partecipanti;
- riparto delle risorse per le Regioni e le Province Autonome assegnatarie in modo da sostenerne le iniziative;
- raccordo dei programmi di internazionalizzazione annuali del MAE e del MISE di modo tale che le attività di promozione siano adottate in un'ottica di sistema.

3. Analisi e monitoraggio

Il rilancio dell'Osservatorio nazionale del turismo rimane un obiettivo prioritario e strategico: l'analisi delle dinamiche turistiche e l'individuazione delle potenzialità inespresse sono sfide che devono tenere il passo con l'evoluzione del settore turistico tout court. Ciò significa innovare continuamente sia gli obiettivi delle indagini che la strutturazione delle informazioni da raccogliere ed analizzare, usufruendo di una piattaforma metodologica adeguata.

L'analisi dello scenario turistico si completa attraverso la raccolta e l'interpretazione in chiave strategica delle relative informazioni statistico-economiche, parte integrante e motore propulsivo degli sviluppi economici di un territorio.

Dotarsi di un sistema dinamico ed efficiente di analisi e monitoraggio dei dati statistici significa facilitare la definizione di adeguate strategie politiche di medio-lungo termine e di una lungimirante programmazione turistica nazionale e regionale.

Un fattore di fondamentale importanza è conoscere la propensione agli investimenti per le attività turistiche delle imprese appartenenti alla filiera. Per dotarsi di un sistema turistico innovativo è necessario, quindi, che l'Osservatorio studi e suggerisca gli ambiti nei quali investire, al fine di meglio definire gli obiettivi e di ottimizzare i risultati, così come già avviene in altri Stati membri dell'Unione Europea (ad esempio Spagna e Francia).

L'Osservatorio Nazionale deve, quindi, fornirsi di un impianto metodologico completo per conoscere il fenomeno turistico in tutti i suoi aspetti, in una logica di sistema, nonché rapportarsi costantemente con gli Osservatori regionali e locali atteso il loro legame diretto con il territorio, per un'opportuna comparazione dei dati e dei risultati, previa definizione e condivisione di un'uniforme metodologia della loro raccolta statistica.

Così come è altrettanto importante potenziare i rapporti di collaborazione con Enti internazionali di comprovata professionalità, quali l'OMT e l'OCSE, potendo ciò ottimizzare il funzionamento ed ampliare le potenzialità dell'Osservatorio nazionale.

In tale ambito, inoltre, devono essere avviate le procedure di rilevamento dei dati sugli arrivi e sulle presenze turistiche, attivando anche sperimentazioni di cooperazione con il Ministero degli Interni per la trasmissione delle comunicazioni obbligatorie da e verso le Questure.

Le Regioni e le Province Autonome ritengono necessaria, urgente ed improcrastinabile la definizione condivisa e in tempi brevi del decreto di riordino dell'Osservatorio Nazionale del Turismo, come peraltro già richiesto nelle precedenti linee strategiche regionali, il cui confronto è interrotto ormai da lungo tempo.

4. Azioni organiche e programmatiche

Rapporti con l'Unione Europea

Con il Trattato di Lisbona il turismo è diventato uno degli obiettivi strategici dell'Unione Europea.

Oltre al riconoscimento del rilievo assunto dal turismo come leva sempre più decisiva della crescita economica, il Trattato istituisce una base giuridica specifica a favore dello sviluppo delle imprese del settore e promuove un atteggiamento cooperativo tra gli Stati Membri soprattutto per quanto riguarda l'interscambio di buone pratiche.

È stato conferito all'Unione Europea, quindi, il potere di realizzare azioni di sostegno, supporto e coordinamento delle azioni degli Stati Membri nel settore del turismo ed è stata loro riconosciuta la possibilità di garantire un più incisivo sostegno alle imprese perché siano sempre più competitive.

Tale impostazione viene ulteriormente rafforzata dall'approvazione della Comunicazione COM(2010)2020 della Commissione Europea "*Strategia Europa 2020*" che delinea la necessità di conciliare crescita economica e sviluppo sostenibile, non disgiunti dalla dimensione etica che deve contraddistinguere anche questo settore.

Inoltre, la Comunicazione COM(2010)352 "*Europa, prima destinazione turistica al mondo - un nuovo quadro politico del turismo europeo*", dedicata al nuovo quadro politico del turismo europeo, evidenzia e riconosce il ruolo delle Regioni per la costruzione di una nuova offerta turistica europea, ciò rafforzando quanto già stabilito dall'art. 117, commi 5 e 9, Cost. che conferisce alle Regioni ed alle Province Autonome, nelle materie di loro competenza, il potere di "*partecipare alle decisioni dirette alla formazione degli atti normativi comunitari*" e di concludere e provvedere "*all'attuazione e all'esecuzione degli accordi internazionali e degli atti dell'Unione Europea*"; disposizione che trova puntuale attuazione nella Legge 5 giugno 2003, n. 131.

Esistono, quindi, le condizioni perché si possa configurare un nuovo framework che offrirà all'Unione Europea la possibilità di stabilire un programma di sostegno specifico al settore turismo, come già avviene per altri settori (cultura, media, educazione), ricoprendo esso senza dubbio una funzione strategica di vettore trainante dell'economia europea, grazie al suo elevato potenziale in termini economici e di rilancio dell'occupazione.

Pertanto, data la sua natura complessa e trasversale, l'integrazione del settore turismo con altri ad esso correlati (economia, cultura, infrastrutture, ambiente, ecc.) nella programmazione politica dell'Unione Europea diventa un elemento determinante e propedeutico all'armonizzazione delle misure comunitarie e degli strumenti finanziari della UE.

In quest'ottica, è ormai essenziale ed improcrastinabile **delineare anche a livello nazionale azioni di lungo respiro** che consentano di predisporre **un piano di sviluppo** in grado di entrare nella **strategia europea delineata fino al 2020**, che indica proprio il turismo quale oggetto di riferimento delle politiche di investimento. L'Italia deve cogliere l'opportunità offerta dalla probabile previsione del **turismo nella programmazione europea 2013/2020**, con l'adozione di un programma complesso ed articolato, che coinvolga ed impegni tutti gli attori pubblici e privati della filiera.

Turismo attivo

Il Piano strategico dovrà far riferimento anche al c.d. "*turismo attivo*", in forte espansione rispetto alle forme di turismo classico. È finalizzato a definire e a promuovere in maniera integrata le eccellenze e le peculiarità dei vari "*turismi*" contenuti nell'offerta turistica nazionale e regionale, caratterizzata da un ricco patrimonio naturale, culturale e paesaggistico, nonché dalla storia e dalla tradizione di una popolazione ospitale e accogliente. Tale forma di turismo ha il vantaggio di generare nuovi flussi turistici distribuiti nell'arco dell'anno, ovviando ai limiti di una stagionalizzazione del settore spesso troppo marcata.

Ha anche il pregio di coinvolgere i territori, intesi come sintesi dei luoghi e delle aspettative economiche e sociali delle Comunità, favorendo lo sviluppo di una cultura dell'accoglienza in aree solo marginalmente interessate dal turismo e dalle sue potenzialità di crescita.

In tale ambito si collocano anche le iniziative per la realizzazione degli itinerari tematici interregionali proposti nell'ambito dei progetti per lo sviluppo e la promozione del sistema turistico presentati ai sensi della Legge n. 296/2006, che hanno sortito esiti interessanti ed in linea con quanto intrapreso a livello europeo. Il Parlamento europeo, infatti, in collaborazione con il Consiglio d'Europa, ha avviato uno studio sugli itinerari turistici culturali in Europa, rappresentando essi uno strumento importante per la promozione di un turismo sostenibile. In tal senso sono stati varati accordi parziali con 14 Paesi europei per l'ampliamento degli itinerari.

A ciò si aggiungano gli oltre quaranta progetti di eccellenza presentati dalle Regioni, ai sensi della Legge Finanziaria 2007 e che hanno visto un'iniziale fase di concertazione con il Governo centrale per la definizione del protocollo di intesa inerente la gestione delle relative risorse.

Alla luce di quanto sopra, le Regioni e le Province Autonome ritengono opportuno segnalare due tematismi a loro avviso meritevoli di attenzione:

- il *cicloturismo*, che sta conquistando una fetta di mercato sempre più vasta, associando il gusto di una sana pratica sportiva alla scoperta di territori incontaminati e delle tradizioni locali. Tenendo presente tale favorevole situazione, occorre promuovere la rete dei percorsi interregionali e dei servizi dedicati a questo particolare segmento turistico, con l'obiettivo di valorizzare le risorse già esistenti e di sviluppare nuove offerte anche nei periodi di bassa stagione;

- l'*enogastronomia*, che è diventata ormai una specifica componente dell'offerta turistica italiana. La tradizione culturale della buona tavola, di cui l'Italia è ricca, ha tutte le potenzialità per attrarre ogni anno milioni di turisti, anche nei periodi di "*bassa stagione*". Per tale motivo le Regioni e le Province Autonome chiedono che venga rimodulato e nuovamente pubblicato il bando di finanziamento per la realizzazione di club di prodotti turistici infraregionali inerenti le "*vie del gusto*" ed i "*circuiti del golf*" (altra tematica di rilievo per il turismo italiano), la cui revoca - nonostante fossero stati già presentati progetti interregionali e peraltro a termini scaduti - ha destato non poca sorpresa, avendo esso concretamente favorito lo sviluppo dei club di prodotto previsti.

In una visione più complessiva, è importante concentrare l'attenzione sulle risorse territoriali e sui tematismi di comune interesse per ambiti territoriali omogenei, favorendo la costituzione di "***club di prodotto***" dei quali curare la programmazione di concerto tra gli attori pubblici e privati, percorso peraltro già intrapreso da numerose Regioni. Ciò favorisce l'aggregazione di operatori

turistici con caratteristiche comuni di prodotto, di territorio e di filosofia, che, in sinergia con le amministrazioni preposte, costruisce un'ottimale strategia di prodotto concertata e multisettoriale.

Così come, al fine di implementare ancor più la partneship pubblico-privato, molte Regioni stanno già adottando forme più evolute degli originari Sistemi Turistici Locali, quali i Pacchetti Integrati di Offerta Turistica (PIOT), la Destination Management Company (DMC) e il Product Management Company (PMC), dei quali è necessario supportare e sostenere le finalità.

Solo così è stato possibile avviare un processo virtuoso di creazione e sviluppo di modelli organizzativi di governance territoriali/regionali e di progettualità manageriale destinati alla valorizzazione sia delle "*destinazioni*" che dei "*prodotti*" locali, incentivando le vocazioni specifiche di ciascun territorio, al fine di rispondere alle esigenze di una domanda sempre più orientata verso la qualità dei prodotti, dei servizi e delle destinazioni.

Replicare tale processo di sviluppo a livello nazionale potrebbe valorizzare il più ampio contesto dell'offerta turistica italiana nel suo complesso, identificativa della "*marca Italia*".

Turismo congressuale

Il settore congressuale è un comparto estremamente dinamico e fortemente condizionato dal continuo evolversi dei bisogni di un mercato raffinato, alla ricerca di servizi innovativi. Trattasi di un prodotto strategico e di eccellenza per la qualità del sistema turistico regionale.

Il settore ha la capacità di attivare un forte indotto in termini di spesa diretta e indiretta e rappresenta sempre di più una valida alternativa ai cicli stagionali del turismo, garantendo flussi nei periodi di bassa stagione. Si tratta di un settore in rapida evoluzione che richiede un approccio sistemico ed un'attenta e costante analisi delle tendenze dei mercati e target di riferimento.

L'Italia fino al 2000 ha goduto di una domanda sostenuta e comunque superiore all'offerta, che ha permesso al mercato congressuale di svilupparsi con investimenti su centri congressi e sale congressuali, adeguamento dei servizi, ingresso di nuove imprese. Dopo la crisi del 2001 però è iniziata una fase di caduta della domanda internazionale, mentre la domanda proveniente dal mercato interno, anche se caratterizzata da un trend positivo, è troppo debole e vicina alla fase della maturità per poter compensare la perdita di quote di mercato mondiale.

L'Italia è sempre meno competitiva sul mercato globale dell'ospitalità e perde quote di mercato, pur essendo potenzialmente fra i Paesi più attraenti al mondo quanto al turismo congressuale.

È necessaria pertanto una forte azione coordinata dello Stato e delle Regioni, per sviluppare insieme politiche efficaci che portino al riposizionamento internazionale della nostra offerta e promuovano il brand Italia.

Politiche coerenti dello Stato e delle Regioni possono portare alla creazione di un Sistema integrato di offerta turistica strettamente orientata alla qualificazione dei servizi della filiera della cosiddetta Meet industry, superando lo stretto tradizionale ambito dell'organizzazione dei Congressi per integrare altre fondamentali componenti quali varie tipologie di meeting, il turismo incentive e i grandi eventi.

Le Regioni e le Province Autonome intendono organizzarsi attraverso un modello operativo innovativo che, trovando il suo perno in un efficace coordinamento a livello statale e in stretta collaborazione con le rappresentanze del settore della Meeting Industry, consenta di sviluppare e armonizzare le iniziative di qualificazione e commercializzazione dei sistemi regionali congressuali.

Turismo culturale

Le Commissioni interregionali Cultura e Turismo hanno evidenziato come Cultura e Turismo rappresentino fattori di sviluppo e di crescita capace di produrre ricchezza, valore eco-nomico, investimenti e posti di lavoro. Si pensi, ad esempio, a quante e quali risorse culturali ed artistiche sono ancora potenzialmente inespresse, anche e soprattutto in aree economiche svantag-giate, la cui valorizzazione può contribuire allo sviluppo turistico e alla destagionalizzazione dei relativi flussi.

È opportuno, quindi, che i beni culturali siano oggetto di iniziative e progetti complessi che vedano coinvolte Scuole ed Università nazionali ed europee, al fine tanto di promuoverne la conoscenza quanto di stimolare programmi di ricerca e salvaguardia.

D'altro canto, però, creare sinergie e perseguire obiettivi complessi, così come richiede il turismo culturale, necessita di adeguati sostegni finanziari, da reperire attraverso sponsorizzazioni e la predisposizione di progetti europei, al fine prioritario di sostenere la ricerca scientifica e la riqualificazione dei beni culturali, ma anche di garantire il libero accesso alla loro fruizione.

******

Il turismo culturale si sta arricchendo di un nuovo filone, che è quello degli **itinerari storico-culturali e i degli itinerari storico-culturali-religiosi**. Si tratta di una tendenza, assecondata anche dalle istituzioni europee attraverso i Grandi itinerari culturali europei, che risponde ad una domanda non solo interna, ma internazionalizzata ed è ormai ben più che una nicchia.

Si adatta in modo perfetto alle caratteristiche di gran parte del territorio nazionale, in quanto si basa sull'identità dei luoghi e delle comunità locali e si sposa con un'idea nuova di turismo che si indirizza alla scoperta "*lenta*" di territori, talvolta periferici, profondamente segnati da valori storici e culturali, ma al di fuori dei grandi circuiti di fruizione turistica.

Itinerari come quello della Via Francigena o di San Francesco da Assisi, incarnano il valore di esperienza ecosostenibile, culturalmente avanzata, elevata al di sopra del consumismo e della massificazione. È perciò una proposta molto attuale, che va al di là della nicchia dei pellegrini veri e propri, per incontrare una fascia di turisti motivati, responsabili, che ricercano esperienze di vita e contatto con il territorio.

Si rendono perciò opportune azioni di rete da parte delle Regioni e Province Autonome e dello Stato, per collegare, per esempio attraverso progetti *ad hoc*, vari territori e le loro offerte turistiche e culturali e creare prodotti integrati, capaci di legare insieme diverse risorse locali, cultura, natura, artigianato, enogastronomia, prodotti tipici e, quindi, di supportare lo sviluppo economico di diversi settori, in modo che intorno agli itinerari si aggreghi e si muova un vero e proprio sistema economico, un cluster, in grado di fornire una intera filiera di servizi.

Settore balneare

Le Regioni sono da tempo mobilitate, a fianco al Governo ed alle Associazioni di categoria degli operatori balneari, per l'approfondimento della questione relativa al rilascio ed al rinnovo delle concessioni demaniali marittime con finalità turistico-ricreative, a seguito del recepimento della Direttiva Servizi, che coinvolge migliaia di PMI.

Sarebbe auspicabile prevedere un'apposita deroga di questo comparto dall'applicazione della richiamata Direttiva, attesa la specificità delle imprese balneari italiane. Tuttavia, solo qualora il Governo ritenga che tale soluzione dovesse risultare difficilmente percorribile, ad avviso delle Regioni è improcrastinabile l'avvio del tavolo istituzionale nell'ambito della Conferenza Stato-Regioni per procedere con sollecitudine al riordino della materia e per concordare i contenuti di una nuova Legge Quadro di settore con particolare riferimento:

- alla definizione dei criteri e delle modalità di affidamento delle concessioni dei beni demaniali marittimi con finalità turistico-ricreative in una logica di semplificazione dei procedimenti e di snellimento delle procedure, previamente individuati in "*un'intesa forte*" tra Stato e Regioni ex art. 8, comma 6, della legge n. 131 del 2003;
- all'introduzione di un esplicito richiamo al federalismo demaniale;
- al trasferimento alle Regioni della gestione dei canoni demaniali e della relativa disciplina;
- alla ridefinizione dei concetti di "*facile*" e "*difficile*" rimozione con riferimento ai beni realizzati sul demanio;
- alla definizione della valenza turistica di dette concessioni.

Così come, in un'ottica di leale collaborazione e condivisione delle priorità di settore, sarebbe quanto mai opportuno condividere per tempo tra Stato e Regioni lo schema di Decreto Legislativo cui fa riferimento l'art. 11 della Legge n. 217/2011 (c.d. Legge Comunitaria 2010).

L'argomento nel suo complesso è stato affrontato più volte nelle opportune sedi sia politiche che tecniche e le istanze regionali sono state più volte ribadite. Appare ormai indifferibile la necessità di fornire alle realtà imprenditoriali una risposta quanto più celere ed esaustiva possibile.

Peraltro, nel condividere e sollecitare i provvedimenti e le iniziative di sviluppo del turismo balneare previsti dal Programma Nazionale di Riforma 2011, le Regioni ritengono inoltre opportuno approfondire in modo particolare quanto concerne l'istituzione dei ***"distretti turistico-balneari"*, equiparati alle *"zone a burocrazia zero"***. L'art. 3 D.L. n. 70/2011, convertito dalla Legge n. 106/2011, istitutivo dei distretti turistici balneari, infatti, prevede un percorso piuttosto complesso e coinvolge una cospicua serie di soggetti.

Le Regioni ritengono opportuno, quindi, adottare una **linea di condotta condivisa**, quanto meno a livello interregionale, se non anche con tutti gli altri attori pubblici di diverso livello, oltre che privati, interessati al procedimento, attesa la rilevanza della previsione normativa in commento per il territorio nazionale e per il settore turismo.

Fiscalità e sostegno al settore turistico

Come già evidenziato nel documento regionale rassegnato ad ottobre 2010, cui si rimanda e che tuttavia qui si integra, è indispensabile da un lato prevedere efficaci politiche fiscali e dall'altro incentivare le imprese per realizzare investimenti in termini di qualità, produttività, innovazione, ricerca ed internazionalizzazione.

L'armonizzazione delle aliquote IVA, ad esempio, da adeguare agli standard europei per un'opportuna comparazione in termini di competitività, non può limitarsi a una mera enunciazione di principio.

In un'ottica di sistema, proprio perché "*strategico*" il Piano Nazionale del Turismo, alla cui definizione si intende contribuire con il presente documento, deve delineare un'adeguata politica fiscale e di incentivazione, in termini di armonizzazione fiscale, semplificazione del sistema, previsione di obiettivi precisi e tempi certi di realizzazione, migliore accessibilità a tutte le opportunità economico-finanziarie esistenti.

La congiuntura sfavorevole ancora in atto impone, peraltro, una riflessione approfondita sulla necessità di facilitare l'accesso al credito da parte delle imprese italiane.

Oltre agli strumenti finanziari previsti dal P.N.R. 2011 e dalle leggi regionali, riveste infatti un'importanza prioritaria potenziare il sistema creditizio nazionale, che deve concorrere al superamento delle difficoltà sopratutto delle PMI italiane, con un approccio più flessibile e di maggiore fiducia rispetto all'economia reale.

A tal proposito è auspicabile promuovere una **forte intesa di livello nazionale**, tra Stato, Regioni, Province Autonome e Sistema bancario, per la creazione di **pacchetti integrati di offerta di servizi finanziari**, di accesso al credito e di garanzia, orientati a sostenere l'internazionalizzazione, la ricerca e l'innovazione delle imprese, anche attraverso il coinvolgimento delle associazioni di categoria e del loro sistema di Confidi.

Tale impostazione di sistema faciliterebbe processi virtuosi di aggregazione tra imprese, anche interregionali, soprattutto se finalizzati al sostegno di prodotti integrati e di offerte tematiche.

È anche auspicabile la costituzione di un **fondo di rotazione** che coinvolga il sistema bancario, in previsione delle nuove regole di accesso ai finanziamenti previsti da "*Basilea 3*".

In questo contesto appare determinante l'apporto della Banca Europea Investimenti, attraverso l'assegnazione di adeguate risorse finanziarie alle Banche a tasso agevolato in modo da rendere appetibili le linee di credito a favore delle piccole e medie imprese turistiche.

Alla luce di quanto sopra, le Regioni e le Province Autonome ritengo di dover richiamare l'attenzione del Governo sull'imposta di soggiorno: atteso l'attuale stato di confusione ingenerato dalla previsione dell'imposta di soggiorno applicata in modo difforme sul territorio nazionale, le Regioni propongono la previsione di una regolamentazione condivisa di carattere generale attraverso la quale prevedere la destinazione del gettito ricavato a favore di precise finalità turistiche. Chiedono, inoltre, chiarimenti sull'intenzione del Governo di attribuire a tutti i Comuni la possibilità di istituire l'imposta di soggiorno, trasformando gli albergatori in sostituti d'imposta per questo tributo.

Occorre rilevare, inoltre, che per favorire il buon esito delle iniziative programmate dalle Regioni e dalle Province Autonome, è bene che si faccia chiarezza in merito alla possibilità di utilizzo immediato di alcune risorse, e segnatamente:

- Risorse di cui al protocollo di intesa del 24 giugno 2010 (art. 1, comma 1228, Legge n. 296/06)

  Le Regioni chiedono:

  a. che siano ripristinate le risorse residue di cui all'art. 1, comma 5, del protocollo di intesa di cui all'intestazione, ammontanti ad oltre € 7.900.000, a favore del sistema

turistico regionale, nel rispetto della ratio sottesa al protocollo stesso, come peraltro già richiesto in sede di Conferenza Stato-Regioni del 15 marzo 2012;

b. che la decurtazione di € 3.586.266,00 posta a carico dei progetti di eccellenza nel 2012 sia compensata con l'erogazione a favore delle Regioni di una quota corrispondente da reperire dalle risorse riservate al Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo ai sensi dell'art. 4, comma 2, del protocollo intesa;

c. che si rendano noti i programmi di investimento delle residue somme di cui al ricordato art. 4 del protocollo.

- Bando di finanziamento per la realizzazione di club di prodotti turistici infraregionali inerenti le "*vie del gusto*" ed i "*circuiti del golf*"

  Il 9 marzo 2012 è stato trasmesso alle Regioni ed alle Province Autonome il decreto di revoca del bando di cui all'intestazione, per quanto in premessa si attesti "*l'opportunità di dare seguito alla richiesta*" di modifica formulata dal Coordinamento Turismo.

  Le Regioni ritengono opportuno che il bando in oggetto venga rimodulato per come già richiesto e che venga pubblicato nella sua nuova versione, atteso che sono già stati presentati i progetti interregionali a seguito delle opportune attività di sensibilizzazione territoriale.

- Fondi POIN/PAIN

  Cospicue risorse finanziarie sono a disposizione delle otto Regioni del Centro-Sud Italia. Si tratta di quanto stanziato dai programmi POIN e PAIN ("*Attrattori Culturali, Naturali e Turismo*") a favore di investimenti nel settore turismo nell'area geografica del Mezzogiorno d'Itala.

  Atteso l'iter tortuoso che caratterizza la storia di questi due programmi, le Regioni interessate chiedono la tempestiva riattivazione del tavolo di confronto *ad hoc* istituito al fine di poter dare avvio a progetti regionali, peraltro in parte già presentati, ovvero previa individuazione di interventi puntuali concordati tra Stato e Regioni ed un proficuo confronto con i Ministeri competenti.

- Buoni vacanza

  L'art. 56, comma 1, lett. b), del Decreto Legge n. 5/12, recante "*Disposizioni urgenti in materia di semplificazione e di sviluppo*", sopprime l'art. 27, comma 1, la lett. c) del D.Lgs. n. 79/11, che prevedeva il finanziamento dei buoni vacanza attraverso l'otto per mille (art. 47, comma 2, Legge n. 222/85), facendo venir meno così un'importante fonte di finanziamento di un'iniziativa ritenuta importante. Le Regioni auspicano che possa aver seguito - seppur

con gli opportuni perfe-zionamenti - la previsione ed il riordino della materia ad opera della proposta di legge A.C. 4558 ("*Disposizioni per favorire l'accesso alle vacanze*").

Alla luce di tutto quanto sopra, è quanto mai necessario adottare tanto **una completa programmazione degli investimenti e dei finanziamenti statali** quanto **un'equilibrata politica fiscale e di incentivazione a favore delle imprese italiane**, al fine di stimolare e potenziare adeguatamente lo sviluppo del settore.

Professioni turistiche

Come più volte sollecitato, le Regioni e le Province Autonome auspicano la tempestiva adozione di una Legge Quadro che tratti in modo unitario ed organico tutte le professioni attinenti il settore turismo, dettando norme di principio relative: all'individuazione delle professioni stesse, alle conoscenze e ai requisiti minimi da possedere per accedere all'esercizio della professione, nonché alla necessaria tutela della salute e della sicurezza delle persone.

A tal fine è già stato costituito in Conferenza Unificata ormai da ottobre 2010 un tavolo tecnico allo scopo di condividere un testo normativo da tradurre nella Legge Quadro di cui sopra, cui far seguire la definizione di un accordo Stato-Regioni in merito ai requisiti minimi di accesso all'esercizio delle professioni individuate.

Ciò garantirebbe certezza al settore in commento ed eviterebbe l'adozione di norme parziali che non contribuiscono alla definizione di un organico quadro di sistema, come ad esempio il Codice del Turismo che ha abrogato il comma 4 dell'art. 10 della Legge n. 40 del 2007 e il Decreto Legislativo n. 392 del 1991, inerenti l'uno la disciplina delle guide turistiche e degli accompagnatori turistici e l'altro gli agenti di viaggio e turismo, venendosi così a creare un vuoto normativo, e che ha dettato inoltre la disciplina del direttore tecnico dell'agenzia di viaggi e turismo; ovvero il Decreto n. 138/2011 ed i successivi "*Decreti Monti*" che contengono l'obbligo di escludere limitazioni all'esercizio di professioni.

Il confronto Stato-Regioni è fermo ormai al mese di maggio 2011 e le importanti novità normative di carattere sia nazionale che europeo richiedono prepotentemente il ripristino del confronto.

Qualità

È una priorità ormai improcrastinabile quella di implementare la **qualità** dell'offerta turistica italiana nelle sue varie declinazioni e la **sostenibilità** del turismo nazionale.

Tante località possono fregiarsi di prestigiosi riconoscimenti di livello nazionale ed internazionale: Bandiere blu, Bandiere arancioni, Borghi più belli d'Italia; ed i marchi di qualità attivati da molte Regioni in collaborazione con il Sistema camerale, rappresentano un'opportunità per lo sviluppo del turismo, evidenziando l'eccellenza dell'offerta turistica regionale.

È necessario, inoltre, dedicare un'attenzione specifica al turismo **responsabile**: considerare i concetti di sostenibilità e di accessibilità come componenti fondamentali della politica turistica non è solo uno strumento per conquistare un mercato in crescita e potenzialmente redditizio, ma è soprattutto un segnale forte di sensibilità sociale.

Per consolidare il turismo sostenibile è necessario adottare indicatori semplici, chiari, leggibili e facili da realizzare, che permettano di valutare, oltre che gli aspetti della sostenibilità, anche quelli economici, socio-culturali ed ambientali.

Per far crescere la cultura della responsabilità di impresa in questo settore è necessario implementare specifiche azioni di sostegno e di stimolo.

Altro concetto da sottolineare è quello dell'**accessibilità** come componente fondamentale di un territorio che si vuole fregiare dell'appellativo di terra ospitale. Il turismo per tutti, o turismo accessibile, non significa soltanto turismo dedicato a persone con esigenze particolari, ma è un concetto più ampio, che interessa le molteplici politiche dell'accoglienza, un'accoglienza volta a rendere fruibili da chiunque tutti gli aspetti di una vacanza, indipendentemente dalle singole esigenze e disabilità.

Migliorare l'accessibilità e la fruibilità delle destinazioni turistiche, delle risorse e dei servizi nazionali, nonché accrescere la professionalità degli operatori turistici e la cultura dell'ospitalità, la qualità dell'accoglienza e dell'informazione turistica devono costituire obiettivi ben specifici delle politiche turistiche nazionali e non solo regionali.

A tal fine occorre promuovere anche un turismo **sociale**, rivolto ai quattro grandi target di riferimento che la Commissione europea ha individuato con il Programma Calypso: i giovani, gli anziani, i diversamente abili e le famiglie in difficoltà economica. In quest'ottica va inquadrato e ripensato il sistema dei Buoni Vacanza.

Lavorare sul turismo per tutti significa, quindi, innalzare il livello complessivo della qualità dell'offerta e prepararsi a conquistare un mercato dai numeri potenzialmente molto elevati. In Europa, infatti, si parla di oltre 50 milioni di potenziali clienti con specifiche capacità di spesa.

Occorre, pertanto, promuovere iniziative che valutino a livello regionale e locale l'effettiva qualità dei servizi offerti dalle strutture ricettive. Si dovranno attivare con gli Enti Locali, i Consorzi

turistici e le Associazioni di imprese turistiche, iniziative di promozione e di divulgazione sul "*turismo per tutti*", come educ-tour, workshop, seminari e convegni.

Nell'ambito degli obiettivi strategici del Piano dovranno essere previste azioni afferenti la Green Economy per connotare il sistema turistico nazionale nel segno dell'eco-sostenibilità.

Sostenibilità e Competitività dell'offerta turistica

Il turismo per essere competitivo deve essere anche sostenibile.

Le Regioni e le Province Autonome possono favorire una nuova offerta turistica sostenibile e competitiva per quanto riguarda sia le destinazioni turistiche già affermate, che in quanto tali sono esposte ai rischi di uno sviluppo incontrollato, sia quelle che hanno potenzialità ancora inespresse. E a tal fine, è fondamentale che le Regioni e le Province Autonome collaborino tra loro ed in sintonia con la Commissione Europea.

Il documento di intenti che la rete NECSTouR ha sottoscritto a Bruxelles il 27 settembre 2010 con il Consiglio d'Europa è finalizzato allo sviluppo del turismo culturale e sostenibile, attraverso la valorizzazione delle più autentiche identità dei territori e la conoscenza del relativo patrimonio culturale e ambientale.

La competitività e la sostenibilità comportano investimenti che perseguano l'innovazione di processo e di prodotto oltre che la qualità del settore turistico nazionale, soprattutto attraverso il miglioramento delle infrastrutture e dei servizi. Così come chiede l'Unione Europea, quindi, è necessario concentrarsi sulle reali politiche di integrazione tra Enti Territoriali, imprese e mondo del lavoro; sulla concreta applicazione dei principi dell'Agenda europea per un turismo sostenibile e competitivo; sulla promozione di cluster territoriali e di prodotto.

Formazione e innovazione

Occorre sostenere la formazione in materia turistica come strumento per potenziare lo sviluppo del settore e per competere a livello internazionale in maniera efficace ed efficiente.

L'offerta formativa della scuola ai vari livelli, compreso quello universitario, deve conciliarsi con le reali esigenze delle imprese turistiche e del mercato del lavoro. Deve essere, infatti, soddisfatta la richiesta del settore turistico di poter reperire nel mercato del lavoro figure professionali dotate di competenze specifiche e selettive, in relazione agli standard europei.

Le competenze e le professionalità delle scuole di formazione, riconosciute anche a livello internazionale, contribuiscono a formare nuove generazioni di operatori del settore in grado di com-

petere con le sfide del mercato globale. Un ruolo essenziale nell'organizzazione formativa di base viene svolto dalle Province con l'organizzazione di corsi di avviamento alle professioni turistiche.

È opportuno attivare iniziative di stimolo e di coordinamento per rendere la formazione e l'innovazione competitive dal punto di vista organizzativo, di processo e di prodotto, ed attrarre così i necessari finanziamenti da investire in percorsi precisi e mirati. La realizzazione, la gestione e lo sviluppo di un moderno ed efficace sistema informativo del turismo rappresenta un impegno importante specialmente nella fase attuale, in cui il web, la comunicazione tramite internet e la multicanalità sono diventati elementi cardine nel settore turistico nazionale e internazionale.

Le informazioni e i servizi sulle destinazioni dovranno essere accessibili direttamente dai motori di ricerca, distribuiti attraverso nuovi canali di comunicazione e fruibili anche attraverso le moderne commodities (ipod, telefonini, personal computer di nuova generazione), attraverso sistemi di geolocalizzazione e di prossimità.

Per raggiungere questi obiettivi, è necessario realizzare sistemi informativi regionali integrati, in collaborazione con i Comuni e le Province, oltre che con gli operatori del settore, in una logica di Destination Management System, oltre che promuovere lavori congiunti tra Regioni e Province Autonome, Stato, Enti Locali, Università e centri di ricerca.

Semplificazione

È di fondamentale importanza, per la Pubblica Amministrazione, garantire un ambiente favorevole alle esigenze di sviluppo e di modernizzazione del sistema delle imprese turistiche, anche mediante una reale semplificazione amministrativa, minori costi per l'accesso e l'utilizzo dei servizi pubblici, la sicurezza e la certezza del diritto.

La delegificazione delle norme e la semplificazione dei procedimenti amministrativi diventa, quindi, essenziale non solo per garantire certezza e immediatezza nelle scelte e nei provvedimenti che la Pubblica Amministrazione deve adottare, ma anche per agevolare le imprese turistiche che intendano avviare le proprie attività e realizzare gli investimenti ritenuti opportuni per qualificare le proprie strutture in tempi rapidi, facilitandone gli adempimenti.

In questo contesto va salutata favorevolmente la proposta di istituire lo "*Sportello Unico*", purché realizzato e organizzato come un efficace strumento in grado di rispondere tempestivamente alle esigenze di semplificazione e non, viceversa, come un ulteriore adempimento burocratico che, invece di snellire, "*aggravi*" ulteriormente il procedimento.

Occorre anche in questo contesto una forte condivisione degli obiettivi tra livello statale, regionale e locale. Troppe volte si è assistito al varo repentino di norme statali non sufficientemente studiate, né confortate da analisi che coinvolgano i livelli regionali e locali.

Infrastrutture e sistema della mobilità

Le attività terziarie rappresentano un anello di congiunzione tra l'offerta turistica e la sua fruibilità. La sostenibilità e la competitività del turismo devono trovare una forte espressione nel sistema dei trasporti. Il Sistema Italia deve rafforzare, quindi, i propri punti di connessione con il resto del mondo, onde facilitare gli arrivi in Italia. La mobilità interna, inoltre, deve offrire collegamenti di alta qualità soprattutto nel trasporto collettivo, migliorando in primis i servizi di trasporto e, quindi, l'attuale sistema di infrastrutture. Non è più rinviabile in materia, quindi, l'integrazione tra le politiche infrasettoriali di diverso livello.

Occorre, inoltre, uno stretto collegamento tra il livello regionale e quello statale anche rispetto alla necessità di razionalizzare le infrastrutture e i servizi per il trasporto aereo, evitando la proliferazione di piccoli scali, i particolarismi e forme controproducenti di concorrenza tra destinazioni che falsano il mercato ad esclusivo vantaggio delle grandi compagnie.

A tal fine, le Regioni e le Province Autonome ritengono necessario avviare un tavolo intersettoriale di confronto per l'adozione delle iniziative più opportune.

5. Conclusioni

La pronta risoluzione delle problematiche affrontate, la messa a regime delle iniziative e delle proposte formulate, il perfezionamento degli strumenti già esistenti e l'implementazione di nuovi processi virtuosi possono contribuire sostanzialmente, ad avviso delle Regioni e delle Province Autonome, a dare le dovute risposte ad un sistema turistico italiano che vive ancora fasi di forte difficoltà, con l'auspicio per gli attori pubblici e privati del settore di poter programmare quanto prima piani strategici a lungo termine, come ormai avviene a livello europeo.

Si ribadisce con forza, quindi, la necessità di dare nuovo impulso al Comitato permanente del turismo, luogo deputato non alla risoluzione delle questioni poste con il presente documento, ma principalmente a definire preventivamente una programmazione concertata e lungimirante delle politiche afferenti il turismo italiano nel suo complesso.

Solo ricorrendo a tale strumento istituzionale, preludio del confronto nell'ambito della Conferenza Stato-Regioni, sarà possibile definire e quindi dare seguito ad una politica nazionale del turismo concertata e prospettica, della quale l'Italia non può più fare a meno.