

Buone feste
da Confturismo



Newsletter Turismo
Newsletter mensile sul turismo

Numero 5
novembre-dicembre 2007

Editoriale



Bernabò Bocca
Presidente Confturismo

Cari amici,
in questo ultimo periodo la questione della governance nel turismo è stata oggetto di discussione ed incontri, segno che la temperatura è alta su questo fronte. Come Confturismo siamo stati auditi dalla X Commissione della Camera dei Deputati in occasione di una indagine conoscitiva, ancora in corso, sull'attuazione della riforma della legislazione turistica nazionale (legge 135 del 2001). In questa circostanza abbiamo avuto modo di esprimere, come fatto in precedenza anche dall'On. Rutelli, che la questione dell'assetto istituzionale del nostro paese in questo settore non aiuta una ripresa organica e stabile. Nell'esaminare la **governance nel turismo** la prima considerazione che emerge è che il modello introdotto dalla riforma del titolo V non è sufficiente a garantire una gestione efficace del modello turistico pubblico del nostro Paese.
Potrei citare mille esempi, ormai noti a tutti, ma vorrei concentrarmi sui problemi in pratica più sentiti dalle imprese e cioè quelli relativi alle legislazioni di settore, ancora affidati alla legge quadro 217/83, e al non ancora pubblicato regolamento per l'attivazione dei finanziamenti per l'innovazione delle strutture ricettive, previsti nella finanziaria 2006.

Presentata la ricerca effettuata da Confturismo dal titolo "La spesa delle regioni per il turismo"

In occasione del convegno organizzato dal Comitato Nazionale Giovani Albergatori della Federalberghi-Confturismo tenutosi a Rimini all'interno 57ª edizione di SIA Guest (Salone Internazionale dell'Accoglienza), è stata presentata da Confturismo la ricerca sulla spesa delle regioni per il settore turistico. La riforma del Titolo V della Costituzione ha sancito la esclusiva competenza regionale del settore ed è quanto mai opportuno, indagare circa le modalità di spesa che le singole amministrazioni regionali adottano in materia di turismo.

Lo **studio** realizzato dalla **Confturismo-Confcommercio**, basato sui dati rilevati da ISSIRFA/CNR, su **"La spesa delle Regioni per il turismo"** nasce dalla volontà di capire quali siano gli importi finanziari stanziati dalle singole Regioni e Province autonome italiane in materia di spesa per il turismo e i settori collegati.

L'obiettivo è quello di mappare i flussi economici impegnati a livello regionale, ma anche di promuovere, allo stesso tempo, una lettura d'insieme e, dove sia possibile, effettuare anche delle comparazioni.

Questo è un primo passo verso l'istituzione di un **Osservatorio** organico conoscitivo attraverso il quale CONFUTURISMO ha intenzione di monitorare anche negli anni a venire le spese regionali destinate al Turismo,

per capire con una visione d'insieme quale sono le tendenze e le politiche adottate in merito e soprattutto monitorare poi gli effettivi riscontri di tali politiche.

Metodologia

L'indagine è stata eseguita mediante la

segue a pag. 2

Sommario

Editoriale di Bernabò Bocca	1
La spesa delle regioni per il turismo	1
Prossimi appuntamenti	2
I buoni vacanze in Spagna	3
Audizione Confturismo	3
Highlight Confcommercio/Confturismo	5
Leggi regionali	7
Forum europeo sul Turismo	7
Federazioni	12

A cura di Giovanni Bastianelli, Maria Letizia Bellucci e Daniele Fiorini

Settore Turismo Confcommercio / Confturismo
m.bellucci@confcommercio.it 06 5866 244 - 330
d.fiorini@confcommercio.it 06 5866 396 - 330

Questa newsletter è disponibile sul sito Confturismo
www.confcommercio.it/home/Confturismo/

La divisione delle competenze tra autorità centrale e Regioni, in qualche modo riaffermata dagli artt. 1 e 2 della 135 non ha mai trovato attuazione nemmeno nel principio, credo da tutti condivisibile, del coordinamento delle politiche regionali e dell'indirizzo delle attività legislative.

Il risultato di tutto questo è che oggi esistono 21 legislazioni diverse, spesso molto diverse, con effetti discriminanti per le imprese a seconda della loro collocazione sul territorio nazionale.

Per non entrare nella questione della classificazione alberghiera, che produce solo effetti disorientanti per gli imprenditori delle strutture ricettive e per i turisti.

Allora l'auspicio che mi sento di fare è che il nuovo anno ci porti un po' più di concretezza al di là degli steccati locali, della rigidità delle competenze; senza il coinvolgimento di tutti sarà difficile che il nostro Paese possa tornare ad occupare il ruolo di leader mondiale del settore.

Con l'occasione invio a tutti i nostri lettori gli auguri per un sereno Natale ed un Felice Anno Nuovo.

Prossimi appuntamenti

BMT - Borsa del Turismo Mediterraneo

Napoli 4-6 aprile 2008

La BMT in programma alla Mostra d'Oltremare di Napoli dal 4 al 6 aprile 2008 conferma il successo fra gli operatori segnalando il raggiungimento di un significativo numero di adesioni già a fine 2007, tanto da rendere necessario la creazione di almeno ulteriori 150 stand.

Il Mediterraneo è come sempre il protagonista di BMT. La Grecia Paese ospite d'onore dell'edizione 2008 ha ampliato gli spazi e le iniziative in fiera.

Nella città del Golfo nasce la nuova **BMT Incoming**. L'area BMTI ospiterà gli stand degli operatori che si dedicano all'incoming e sarà animata da quattro workshop tematici dedicati alla promozione del mercato Italia: Workshop Incoming, Workshop Inventive & Congressi, Workshop Turismo Sociale, Workshop Montagna, Sport e Benessere.

Confermata la presenza e l'allargamento del **Villaggio Mediterraneo**, l'area dove tour operator e fornitori di servizi in arrivo dai mercati dell'area mediterranea, potranno incontrare liberamente gli operatori italiani.

segue da pag. 1

comparazione dei **bilanci preventivi** delle province autonome di Trento e Bolzano, e delle 19 regioni italiane, al fine di evidenziare tutti i capitoli afferenti agli argomenti di interesse e rendere omogenei i dati in essi contenuti.

La serie storica dei dati prevede l'analisi dei bilanci regionali nel periodo 1996/2006 con un'analisi puntuale per gli ultimi 5 anni presi in considerazione. Le voci di spesa in bilancio sono state analizzate seguendo una macro suddivisione in **spese dirette per il turismo** (industria alberghiera, strutture ricettive, promozione turistica, porti turistici, agriturismo, turismo religioso, turismo sociale) e **spese per attrattori turistici** che comprendono quelle attività che sono coinvolte dal movimento turistico (musei, patrimonio artistico, siti archeologici, beni architettonici, manifestazioni culturali, teatrali, industria termale, fiere e mercati, impianti a fune, valorizzazione risorse naturali e paesaggistiche, realizzazione di sentieri e strade o itinerari culturali). Il complesso dei dati ricavati dai bilanci preventivi regionali sono stati suddivisi in spese correnti, investimenti e spese dirette delle regioni. Le spese correnti sono quelle che non producono beni durevoli, al contrario gli investimenti. Le spese dirette, invece, sono quelle che non passano per intermediari (comuni, province, ecc.)

Non tutte le Regioni, inoltre, pubblicano nel loro bilancio i residui dell'esercizio precedente. Di conseguenza, per uniformare i dati a disposizione, si è deciso di analizzare esclusivamente i valori di bilancio relativi alla competenza di esercizio **escludendo la massa spendibile** (pari al valore annuo di competenza più i residui dell'anno precedente).

Alcuni spunti di riflessione

Il quadro che emerge da questa analisi conferma una **situazione a macchia di leopardo** sul territorio nazionale, evidenziata già dall'analisi, fatta alcuni anni fa da Confturismo, sulle legislazioni regionali. Sembrano essere **assenti, in molti casi, progetti strategici per lo sviluppo del settore** in grado di convogliare le risorse e di promuovere sinergie tra pubblico e privato.

Date queste premesse il quadro che ne esce delineato per sommi capi è il seguente:

1. **gli stanziamenti per il turismo** appaiono **sofferenti ad una notevole variabilità di anno in anno**, rendendo difficile individuare linee di tendenza o anche omogeneità tra le regioni. Una spiegazione sulla mancata omogeneità può trovarsi nei **diversi modelli di organizzazione turistica che le singole regioni adottano** e che orientano, a caduta, lo sviluppo turistico.
2. **gli investimenti per il turismo**, a vario titolo considerati in questa ricerca, **possono considerarsi ragionevoli**, anche se fortemente sotto le medie attribuite ad altri settori. A conferma di questa considerazione, effettuando un confronto con altre materie oggetto di investimenti per esempio nell'anno 2003, anno intermedio della nostra analisi, i trasporti e la gestione del territorio ricevono trasferimenti pari al 13%, l'amministrazione generale al 9%, l'agricoltura all'8%, l'industria al 7%, l'istruzione al 5% e, finalmente di coda, il turismo a meno del 2%.
3. **l'incapacità di fare massa critica sulle spese**, ad esempio quelle destinate alla promozione, finiscono per **disperdere le risorse in mille rivoli**. Eppure, proprio la promozione turistica risulta essere la voce che incide di più sui bilanci delle regioni, con percentuali diversissime tra regione e regione, ed una percentuale di peso media nazionale, rispetto alle altre voci in capitolo, del 27%, che al netto delle spese "non attribuibili" sale addirittura al 39%.
4. **la spesa delle regioni per ogni arrivo e presenza**, (ottenuto comparando il totale della spesa delle regioni con le presenze e gli arrivi registrati nelle strutture ricettive), evidenziano come i ritorni economici sui territori regionali, non sembrano essere poi così entusiasmanti.

Dal momento che questa ricerca fornisce molti dati, ma apre anche molti interrogativi, **Confturismo si propone di proseguire questa analisi con un successivo approfondimento indirizzato a creare un raccordo funzionale tra i dati relativi alla spesa e le leggi di finanziamento regionale per il settore.**

“Una borsa nella borsa – spiega Angelo De Negri, Presidente della Progetta srl - la nascita di BMTI rappresenta una ulteriore implementazione delle attività della Borsa Mediterranea del Turismo, nello spirito che ha spinto la nostra manifestazione fra gli appuntamenti internazionali di maggior prestigio: attenta organizzazione, cura dei dettagli, massima assistenza ad espositori e visitatori”.

I BUONI VACANZA IN SPAGNA

Focus: Programma Sociale Imerso
(Spagna – Istituto de Mayores y Servicios Sociales,
Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales)

“ENVEJECIMIENTO ACTIVO”

In Spagna, già dalla scorsa stagione 2006-2007, l'IMSERSO – Istituto de Mayores y Servicios Sociales del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, ha realizzato un programma sociale, denominato “Envejecimiento Activo”, destinato agli anziani, con l'obiettivo di inserire questa categoria nelle correnti turistiche del paese. I soggiorni, organizzati prevalentemente nel periodo di bassa stagione, hanno la doppia finalità di rendere un servizio sociale ad una fascia più debole della popolazione e, allo stesso tempo, favorire la destagionalizzazione nel settore turistico.

Possono fare richiesta di accreditamento tutti coloro che hanno compiuto i 65 anni di età, oppure tutti i pensionati che abbiano compiuto almeno 60 anni. Il richiedente può avvalersi di un accompagnatore, che sia il coniuge o un parente, per il quale non sono necessari i requisiti di età e pensione previsti per il richiedente. Inoltre, sono inclusi tra i beneficiari del programma anche disabili con un grado di inabilità uguale o inferiore al 45%, per i quali è previsto l'accompagnamento di entrambi i genitori senza costi aggiuntivi per la terza persona.

Le tipologie di soggiorno sono variegata. Si può scegliere tra soggiorni in località costiere, viaggi culturali alla scoperta della storia e dell'arte del paese o soggiorni naturalistici con escursioni.

Anche quest'anno sono previsti soggiorni a costi

CAMERA DEI DEPUTATI

Commissione per le Attività Produttive

Indagine Conoscitiva

La riforma della legislazione turistica nazionale L. 135 del 2001

Audizione Confturismo del Presidente Bernabò Bocca

Roma 7 novembre 2007

Alcune considerazioni sull'andamento del settore

Innanzitutto desidero esprimere un ringraziamento al Presidente della Commissione, On. Capezone, e a tutti i membri per l'opportunità offerta per questo momento di riflessione sul settore turismo.

Il turismo, negli ultimi anni, è tornato finalmente a crescere sia in termini di viaggi che di pernottamenti. La bilancia turistica nel 2006 ha segnato, infatti, un saldo positivo di oltre 12 mila milioni di euro con un incremento del 13% rispetto all'anno precedente.

Nel 2006, inoltre, abbiamo abbattuto il muro dei 240 milioni di pernottamenti alberghieri, con incrementi della clientela nazionale ed estera ed abbiamo registrato, per la prima volta nel nostro paese, più di 30 miliardi di euro spesi per turismo dagli stranieri.

Tutto questo ha permesso di consolidare un fatturato totale pari a circa 140 miliardi di euro.

Devo, però, sottolineare come il 2007, invece, non stia confermando i risultati dell'anno passato soprattutto per quanto riguarda la stagione estiva che si è chiusa con un segno negativo che, onestamente, non ci lascia soddisfatti e ci preoccupa non poco per il futuro.

Nonostante ci sia stato un **pur parziale recupero** della componente italiana, dovuta anche e soprattutto allo sforzo delle **imprese del turismo di fare chiarezza sui presunti ingiustificati aumenti dei prezzi**, il risultato finale non ci conforta.

Gli **stranieri** hanno **mantenuto la propria quota di mercato**, confermando (se ancora ce ne fosse bisogno) il **rapporto competitivo qualità-prezzo del nostro sistema**, suggellato dai dati Istat che da **gennaio ad agosto** hanno visto, ad esempio, i **prezzi degli alberghi, crescere dell'1,6%** assolutamente in linea con il tasso di inflazione.

Così il **consuntivo dell'estate**, nei mesi da giugno a settembre registra **300 mila pernottamenti** alberghieri in meno tra **italiani e stranieri**, una perdita di fatturato per **ristoranti, bar, locali di intrattenimento, stabilimenti balneari e rifugi alpini**, un **calo sensibile** per le attività delle agenzie di viaggio ed un modesto **+0,5% per i campeggi, ma con punte del -10% nelle Regioni del Sud Italia**.

La situazione non è drammatica, ma sappiamo che c'è ancora molto da fare, soprattutto per recuperare il gap competitivo che abbiamo non tanto nei confronti dei Paesi cosiddetti emergenti, che hanno altre caratteristiche e propongono un prodotto turistico spesso troppo diverso dal nostro; penso, piuttosto, ai nostri diretti competitors in Europa, particolarmente alla Francia e alla Spagna.

Il turismo italiano, oltre ai problemi specifici del settore, sconta gli effetti negativi del sistema paese, quindi costo dell'energia e del lavoro maggiori rispetto al resto dell'Europa, scarsa flessibilità del mercato del lavoro, un regime IVA penalizzante nei confronti degli altri Paesi concorrenti.

contenuti nelle destinazioni nazionali, come Andalusia, Catalogna, Murcia e Comunità Valenciana, Baleari e Canarie, ma anche extra nazionali come il Portogallo.

La durata del soggiorno varia in base alla tipologia di vacanza e va, per le destinazioni nazionali, da un minimo di 8 ad un massimo di 29 giorni; per il Portogallo sono previsti pacchetti di 8 giorni, mentre i viaggi culturali durano 6 giorni e quelli naturalistici 5.

I servizi offerti sono:

- viaggio di A/R dalla capitale provinciale di provenienza all'albergo di destinazione
- pensione completa in camera doppia,
- possibilità di soggiorno in singola, previa disponibilità dell'albergo e a fronte del pagamento di un supplemento giornaliero,
- polizza assicurativa
- assistenza medica in albergo
- servizio di animazione

I viaggi culturali e quelli naturalistici sono esclusi dal servizio di assistenza medica e di animazione, per via della loro caratteristica itinerante.

I costi variano da un minimo di 152 euro per 8 giorni in Andalusia ad un massimo di 550 circa per 29 giorni alle Baleari.

Le partenze sono scaglionate nei mesi che vanno da ottobre al giugno dell'anno successivo, coprendo quella che viene considerata bassa stagione (dicembre-gennaio) e parte di quella alta (ottobre, novembre, febbraio, marzo, aprile, maggio e giugno).

Al programma si accede in seguito ad una selezione che avviene in base a 4 criteri fondamentali:

- età del richiedente
- situazione economica
- partecipazione al programma negli anni precedenti
- famiglia numerosa

Fondamentale, nella realizzazione di tale iniziativa, è lo stretto rapporto di collaborazione e supporto tra IMSERSO, le strutture ricettive coinvolte e le agenzie di viaggio sparse su tutto il territorio nazionale, che offrono il loro servizio di assistenza e vendita biglietti.

IMSERSO, ha così creato una rete sinergica che coinvolge pubblico e privato, favorendo un circolo virtuoso per tutti i soggetti coinvolti.

Per quanto riguarda il profilo del mercato del lavoro è noto che il turismo si caratterizza soprattutto per l'utilizzo di forme contrattuali a tempo determinato quale modalità ordinaria della gestione del lavoro, in considerazione della forte stagionalità che è la caratteristica evidente di questa attività produttiva.

Per questo motivo il settore non ha mai avuto accesso ai benefici previsti, nel tempo, a sostegno dell'occupazione, compreso il concesso fiscale introdotto dalla finanziaria per il 2007.

Finanziaria che, in ogni caso, ha segnato l'inizio di un processo a favore dell'innovazione e dell'ammodernamento del prodotto turistico italiano, oltre che a risolvere alcune questioni da tempo aperte, quali quella dei canoni demaniali e del turismo congressuale.

È necessario continuare a sostenere questo cammino intrapreso anche attraverso le modalità di concertazione e condivisione avviate con il Comitato per le Politiche turistiche e l'Agenzia nazionale per il turismo.

Per questo chiediamo a questa importante Commissione parlamentare di seguire, anche durante l'iter della finanziaria per il 2008, le iniziative da noi portate avanti perché orientate in questa logica di sviluppo.

Dopo questa breve introduzione passerei ad approfondire gli argomenti oggetto della nostra presenza qui oggi: l'indagine conoscitiva sulla legge 135 e la sua applicazione.

L'evoluzione della normativa in materia di turismo.

Cominciando dalla storia recente, evitando così i riferimenti ai regi decreti che già si occupavano di turismo, il DPR 616 del 1977 istituendo le Regioni ha dato vita a quanto previsto dall'articolo 117 della Costituzione, e cioè che il turismo e l'industria alberghiera sono materie di competenza regionale.

Per quanto riguarda il turismo questo ha significato innanzitutto il trasferimento di funzioni e compiti amministrativi e poi, successivamente, sono state trasferite le strutture e le attività pubbliche inerenti all'organizzazione e allo sviluppo del turismo regionale.

Una ridefinizione dell'ambito entro cui opera e si inquadra il settore del turismo nonché una rideterminazione dei principi generali e di indirizzo per l'organizzazione del turismo sono state date dalla legge cosiddetta quadro, 17 maggio 1983, n. 217.

La successiva abrogazione del Ministero del Turismo, avvenuta con il referendum popolare nel 1993 ha creato una spinta ulteriore verso il decentramento delle funzioni dell'organizzazione pubblica in campo turistico.

La legge 30 maggio 1995, n. 203 è intervenuta nuovamente sul settore raccogliendo l'eredità delle precedenti legislazioni e riordinando ancora una volta le funzioni in materia di turismo, spettacolo e sport assegnandole in capo alla Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Successivamente, sulla scia del processo di decentramento amministrativo operato dai provvedimenti cd. Bassanini, (decreto legislativo 112 del 1998 in attuazione della legge n. 59 del 1997) è stato riaffermato il potere legislativo delle regioni e la possibilità di "subappaltare" funzioni e poteri agli enti locali a caduta.

Tuttavia è solo con la legge 135 del 2001 che si arriva ad una riconsiderazione più ampia ed esaustiva della politica del turismo.

Nel frattempo le competenze nazionali vengono ricollocate, con il Governo Berlusconi, presso il Ministero delle Attività produttive, per tornare nuovamente nel corso del 2006 alla Presidenza del Consiglio, grazie al doppio ruolo esercitato dal Vicepremier On. Francesco Rutelli, nell'attuale Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo.

La questione istituzionale e la governance del settore

Purtroppo la legge 135 arriva tardi, dopo anni di lavori che sono terminati e ripresi alla fine ed all'inizio di svariate legislature; nel frattempo, era andato avanti il cammino di riforma della Costituzione, approvato nella cosiddetta riforma del titolo V, legge costituzionale n. 3, 18 ottobre 2001, che rivedendo l'articolo 117 della

Highlight

Confturismo/Confcommercio

Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico

Convegno nazionale dei consoli del Touring Club Italiano: "Più qualità per il turismo italiano: missione possibile?"

Dal 15 al 18 novembre 2007 si è svolta a Paestum. la decima edizione della **Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico**.

La manifestazione, sempre più riconosciuta dalla comunità scientifica internazionale quale importante appuntamento al mondo che favorisce il dibattito e lo sviluppo del segmento archeologico dei beni culturali, propone di promuovere destinazioni e siti dei Paesi del Mediterraneo, di creare integrazione fra le diverse culture, di favorire la commercializzazione di prodotti turistici specifici, di incrementare le opportunità economiche. e la commercializzazione di prodotti turistici specifici.

Tra i vari appuntamenti della tre giorni, si è tenuto il **Convegno Nazionale dei Consoli del Touring Club Italiano** sul tema **"Più Qualità per Il Turismo Italiano: missione possibile?"** a cui anche **CONFURISMO**, nella persona del coordinatore nazionale Giovanni Bastianelli, ha preso parte.

Al centro della Tavola Rotonda la Qualità nel Turismo Italiano. Il confronto con altre esperienze europee, nato dalla presenza al tavolo di discussione della Direzione del Turismo, del Ministero Francese dell'Economia, ha fornito importanti spunti di riflessione sulla situazione Italiana nel suo complesso, e in relazione alle altre realtà europee.

L'intervento di CONFURISMO ha puntato a sottolineare come la qualità, applicata al settore turistico, sia un concetto che può essere affrontato e dal punto di vista del prodotto, e da quello riguardante i processi, passando per la necessaria considerazione del territorio.

Per qualità nel settore turistico quindi, si intende la capacità di soddisfare le esigenze materiali del cliente, cioè la vera e propria **customer satisfaction**, ed è questo l'approccio dal punto di vista del prodotto.

Ma si intende anche la capacità di gestire lo standard dell'offerta a livello più ampio, cioè il customer care, quella cura del turista che si muove all'interno di una destinazione, e che fa sì che esso abbia una **PERCEZIONE TOTALE** dell'offerta turistica.

Costituzione ha affidato la competenza esclusiva in materia di turismo alle Regioni.

La storia arriva ai nostri giorni con un gruppo di Regioni che impugnano davanti alla Corte Costituzionale buona parte del testo della legge 135, vedendo accolto il proprio ricorso.

Quindi un'indagine conoscitiva effettuata dal Parlamento non può non partire dalla questione delle questioni, e cioè la problematica della governance nel turismo.

L'esperienza di questi ultimissimi periodi dimostra che il modello di governance introdotto dalla riforma del titolo V non è sufficiente per garantire una gestione efficace del modello turistico pubblico del nostro Paese.

Potrei citare mille esempi, dalla dispersione delle risorse spese per la promozione (da un'analisi che Confurismo sta elaborando sull'analisi dei bilanci regionali risulta essere la prima voce di spesa relativa la turismo) e la conseguente incapacità di fare massa critica sui mercati internazionali, al fallimento del portale Italia.it, sicuramente nato male, ma affondato dall'esigenza di moltiplicare per ventuno le vetrine del nostro paese; finendo ai problemi più sentiti dalle imprese e cioè quelli relativi alle legislazioni di settore, ancora affidati alla legge quadro 217/83, non essendo mai stato applicato l'articolo 2 comma 4 della 135 che avrebbe dovuto definire le Linee Guida per il settore stabilendo parametri e requisiti minimi, nonché gli standard di qualità delle diverse realtà produttive del settore.

La divisione delle competenze tra autorità centrale e Regioni, in qualche modo riaffermata dagli artt. 1 e 2 della 135 non ha mai trovato attuazione nemmeno nel principio, credo da tutti condivisibile, del coordinamento delle politiche regionali e dell'indirizzo delle attività legislative.

Il risultato di tutto questo è che oggi esistono 21 legislazioni diverse, spesso molto diverse, con effetti discriminanti per le imprese a seconda della loro collocazione sul territorio nazionale (porto ad esempio la questione del deposito cauzionale, una somma vincolata a garanzia dell'attività che è prevista per le agenzie di viaggio che può variare dai 10mila ai 70mila euro da regione a regione).

Per non entrare nella questione della classificazione alberghiera, nota a tutti, che produce solo effetti disorientanti per i turisti che trovano allo stesso livello di stelle prodotti assolutamente diversi da regione a regione, alle volte da provincia a provincia della stessa regione a causa del decentramento amministrativo operato dalle stesse.

L'articolato della legge 135

Dei primi 2 articoli ha avuto attuazione solo l'istituzione del Comitato delle Politiche turistiche che si propone come punto di raccordo di quanto si sta facendo a livello nazionale in materia di turismo ma che ha comunque dovuto cambiare denominazione sotto la scure dell'impugnativa delle Regioni davanti alla Corte costituzionale. A nostro avviso il ruolo di questa istituzione andrebbe rafforzata per garantire perlomeno quel minimo di informazione fra i vari livelli direttamente interessati; a tale organismo, infatti, oltre alle realtà pubbliche del turismo fanno parte anche le associazioni di categoria delle imprese.

Passando ad analizzare l'articolo 3 che istituisce la Conferenza nazionale del Turismo ritengo che in un clima non sereno e non chiaro tra i diversi attori istituzionali, lo stesso non possa produrre risultati significativi.

Personalmente come Presidente di Confurismo ho partecipato a tre di questi incontri, organizzati da Governi di diverso colore politico, ma, nonostante gli sforzi di tutti, i lavori non hanno prodotto risultati significativi o visibili nel settore.

Per quanto riguarda l'articolo 4 relativo alla Carta dei diritti del turista va ricordato come questo testo legislativo, a nostro parere poco pertinente con il resto dell'articolato, sia il prodotto dell'unificazione di diverse proposte di legge, accorpate per dare maggiore velocizzazione al cammino parlamentare.

Una proposta riguardava più in generale i diritti del turista e così è nato l'articolo 4. La carta è stata prodotta più volte, sarebbe interessante conoscere la distribuzione che ha avuto ed il ritorno, magari attraverso un sondaggio di opinione, sui turisti stranieri, qualora l'avessero mai ricevuta.

Fatte queste premesse, la qualità di cui si può parlare non può essere che una QUALITÀ INTEGRALE, l'insieme delle qualità dei singoli prodotti che offre una destinazione, il suo territorio, il suo sistema economico, la sua comunità locale. Per fare fronte a questa esigenza l'unico modo per essere realmente competitivi è gestire e coordinare un percorso di qualità GLOBALE, in grado di proporre al mercato un prodotto locale fortemente integrato, che riguardi anche settori non propriamente turistici ma strettamente legati a questo.

I-COM Istituto per la Competitività

Seminario: "Accesso, destagionalizzazione e competitività del Turismo" - Roma, 12 novembre 2007

Si è tenuto a Roma, lo scorso 12 Novembre il Seminario su "Accesso al turismo, destagionalizzazione e competitività del settore". Si tratta del primo evento organizzato dall'Area turismo di I-com, l'Istituto per la competitività.

L'iniziativa è stata promossa in collaborazione con AssoTurismo, Confturismo, Confesercenti, Federalberghi, Sinavit. Una tavola rotonda che ha visto riuniti insieme molteplici operatori del settore sia pubblici che privati, per discutere, esaminare e vagliare le attuali tendenze in atto nel settore, nonché nuove e precise linee guida. In Italia il turismo sembra soffrire di alcuni fattori di debolezza endemica, come quello infrastrutturale ma quest'anno milioni di italiani hanno comunque dedicato un po' di giorni al riposo vacanziero: il 74,1% ha scelto l'Italia e, di questi, oltre il 70% ha scelto il mare, mentre il resto si è diviso tra la montagna e le città d'arte.

Molteplici sono state le tematiche affrontate da Giovanni Bastianelli, coordinatore nazionale di CONFATURISMO, su cui è necessario focalizzare l'attenzione.

Ad esempio, elemento rilevante per le imprese stagionali del settore è la tipologia del contratto di lavoro. Oggi lo strumento prevalentemente utilizzato è quello del contratto a tempo determinato, che rappresenta l'elemento su cui si impernia tutta l'attività turistica a carattere stagionale.

L'allungamento della stagione, in via strutturale, è ipotizzabile solo attraverso strumenti di incentivazione che diventino motivo di convenienza per tutti i soggetti interessati.

Una considerazione riguarda l'offerta del territorio: è evidente che un prolungamento della stagione non può riguardare solo le imprese, ma è l'intero territorio che si propone un obiettivo di destagionalizzazione; quindi servizi, esercizi commerciali, informazione turistica, ecc.

La competitività complessiva del sistema turistico italiano la si raggiunge solo se tutte le parti faranno la loro parte.

Passando all'articolo 5 sui sistemi turistici locali, come Confturismo abbiamo fatto in passato un'analisi che evidenzia una sostanziale disomogeneità della normativa regionale emanata in proposito.

Lo scenario che ne deriva risulta essere assai variegato e complesso tanto in relazione alla definizione delle competenze, degli assetti giuridici, gestionali e finanziari degli STL, quanto al ruolo degli stessi all'interno della complessiva organizzazione turistica regionale.

Entrando nel vivo dell'analisi, è necessario effettuare alcune fondamentali considerazioni preliminari: laddove, innanzitutto, il turismo è stato già da tempo considerato un processo economico territoriale strettamente integrato con il contesto produttivo locale, gli STL sono stati disciplinati esclusivamente al fine di beneficiare dei finanziamenti nazionali predisposti in materia (ex art. 6, L. n. 135/2001).

Più in generale, nelle regioni che strutturano la propria organizzazione turistica secondo **strategie programmatiche dell'offerta** (club di prodotto, turismi, unioni di prodotto), gli STL non hanno trovato una funzione autonoma rispetto al contesto esistente, ma una duplicazione dei ruoli e delle competenze territoriali. Ove, invece, la materia del turismo è stata disciplinata secondo logiche che hanno privilegiato l'integrazione territoriale dell'offerta, i STL rappresentano un'importante occasione di sviluppo locale e di integrazione fra pubblico e privato, avvicinandosi così al modello organizzativo specifico di settore già in essere nelle regioni "turisticamente" avanzate.

Mi avvio ad esaminare gli altri due grandi capitoli di questa legislazione che ci interessa evidenziare, e cioè l'articolo 7 in materia di imprese turistiche e l'articolo 10 in materia di buoni vacanze.

Sulla definizione di imprese prevista dall'articolo 7 si può dire che, non essendo mai entrata in vigore la norma relativa alle Linee Guida, essa è troppo ampia tale da ricomprendere tutto senza essere di alcuna utilità; il rischio che si corre da una parte è quello di favorire forme di abusivismo più o meno legalizzato, dall'altra di creare imprese turistiche prive di mercato.

Sarebbe necessario, pertanto, individuare per ogni tipologia i criteri e le modalità di esercizio, gli standard minimi di qualità soprattutto con riferimento a quelle svolte dalle associazioni senza scopo di lucro e dalle attività di accoglienza non convenzionali.

Per quanto riguarda la previsione dei buoni vacanze, anche qui siamo di fronte ad una mancata applicazione della legge; nonostante i finanziamenti previsti ed iscritti a bilancio, nonostante la nascita di una associazione per la gestione (BVI Buoni vacanze Italia promossa da Fitus e Federalberghi-Confturismo), le correzioni legislative necessarie per dare l'avvio al meccanismo non sono ancora state messe in atto.

Noi crediamo che i buoni vacanze possano costituire un utile elemento per favorire la destagionalizzazione del nostro turismo garantendo la fruibilità di queste cheques presso le strutture ricettive italiane a flussi aggiuntivi di turisti.

Leggi Regionali

Regione Emilia Romagna

Deliberazione della Giunta regionale 25 giugno 2007, n. 916 – LR. 16/04 – art. 3, comma 2 – Approvazione degli standard strutturali e dei requisiti di esercizio per l'autorizzazione e la classificazione delle strutture alberghiere

Regione Emilia Romagna

Determinazione del responsabile del servizio turismo e qualità aree turistiche del 29 agosto 2007, n. 10946 – LR. 16/04 – Approvazione modulistica relativa alla classificazione delle strutture ricettive alberghiere

Regione Emilia Romagna

Determinazione della Giunta regionale – n. 802 del 4/6/2007: LR. 16/04 – Modifica dell'atto di Giunta regionale 2186/05 "Approvazione dei requisiti standard strutturali per l'esercizio delle strutture ricettive extralberghiere e della tipologia ricettiva degli appartamenti ammobiliati per uso turistico"

Regione Emilia Romagna

Deliberazione della Giunta Regionale n. 803 del 4/6/2007: LR. 16/04 – Modifica dell'atto di Giunta regionale 2150/04 "Approvazione degli standard strutturali e requisiti di esercizio per l'autorizzazione e la classificazione delle strutture ricettive all'aria aperta: aperte al pubblico, non aperte al pubblico e aree di sosta

Regione Emilia Romagna

Determinazione del responsabile del servizio turismo e qualità aree turistiche – n. 10947 del 29/08/2007: LR. 16/04 – Approvazione modulistica relativa all'inizio attività di strutture ricettive extralberghiere e alla classificazione delle case e appartamenti per vacanze e di appartamenti ammobiliati per uso turistico

Regione Emilia Romagna

Determinazione del responsabile del servizio turismo e qualità aree turistiche – n. 10948 del 29/08/2007: LR. 16/04 – Approvazione modulistica relativa alla classificazione delle strutture ricettive all'aria aperta

Forum europeo sul Turismo

Algarve, Portogallo 25 – 27 ottobre 2007

Si è svolto alla fine di ottobre scorso il 6° Forum Europeo sul Turismo, promosso dalla Commissione Europea e presieduto dal Vicepresidente Günther Verheugen, Commissario per l'industria e l'impresa.

Al dibattito hanno partecipato oltre 500 delegati da tutti gli stati membri dell'UE.

All'inizio dei lavori, Verheugen ha presentato l'Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo (Comunicazione della Commissione COM(2007) 621),

basata sul rapporto conclusivo del Gruppo per la sostenibilità del Turismo presentati nel rapporto "Azione per un turismo europeo sostenibile", del febbraio 2007.

L'Agenda, di cui riportiamo un estratto, delinea gli obiettivi, i principi e i ruoli delle parti interessate e della Commissione stessa nell'attuazione delle politiche per un Turismo europeo sostenibile.

Sintesi del documento

AGENDA PER UN TURISMO EUROPEO SOSTENIBILE E COMPETITIVO

Per raggiungere l'equilibrio tra il benessere dei turisti, le esigenze del contesto naturale e culturale, lo sviluppo e la concorrenzialità delle destinazioni e delle aziende serve una strategia politica integrata ed olistica, in cui tutte le parti in causa condividano gli stessi obiettivi.

2.1. Obiettivi per la sostenibilità del turismo e questioni da affrontare

Il quadro comunitario attuale per l'elaborazione delle politiche economiche, sociali ed ambientali basate sulla partnership per la crescita e l'occupazione e sulla strategia per lo sviluppo sostenibile forniscono un ambiente adeguato per la realizzazione degli obiettivi della presente "Agenda": creare prosperità economica, coesione ed equità sociale nonché tutela ambientale e culturale.

Perseguendo tali obiettivi vanno affrontate varie tematiche tipiche del settore turistico. Esse comprendono prevalentemente la conservazione e la gestione sostenibili delle risorse naturali e culturali, la riduzione al minimo dell'impiego di tali risorse e dell'inquinamento delle destinazioni turistiche, ovvero della produzione di rifiuti, la gestione del cambiamento a favore del benessere della comunità, la riduzione dell'effetto stagionale sulla domanda, affrontare l'impatto ambientale dei trasporti connessi al turismo, il rendere disponibile a tutti senza discriminazioni le esperienze turistiche ed il miglioramento della qualità del lavoro nel settore turistico, la sicurezza sia per i turisti che per le comunità locali nelle quali vengono offerti i servizi turistici.

Queste tematiche non sono fissate nello spazio o nel tempo. La priorità che sarà loro attribuita, il modo in cui saranno affrontate e le conseguenti possibilità delle quali ci si potrà avvalere possono variare da un posto all'altro. Le parti in causa devono continuare ad anticipare i cambiamenti e ad adeguarvisi. Le politiche e le iniziative devono tenere conto dell'influsso delle tematiche ambientali, quali il cambiamento climatico e la scarsità delle risorse idriche, sull'offerta e sulla domanda, degli sviluppi tecnologici o di altre questioni politiche, economiche e sociali. La serie di tematiche da affrontare dovrà quindi essere aggiornata regolarmente, in

Regione Friuli Venezia Giulia

Decreto del Presidente della Regione 20 agosto 2007, n. 0302 Pres. – Lr 22/2006, art. 8, comma 3. Regolamento per la determinazione dei principi e delle modalità in base alle quali stimare il valore degli investimenti effettuati da soggetti concessionari di aree demaniali marittime con finalità turistico - ricreativa. Approvazione.

Regione Friuli Venezia Giulia

Decreto del Vicedirettore centrale attività produttive 20 settembre 2007, n. 2673/PROD/PROM – Lr 12/2006, art. 6, commi da 82 a 89. Approvazione del modello di domanda per la concessione dei finanziamenti a favore di soggetti pubblici e privati per la realizzazione di progetti mirati, manifestazioni e iniziative atti a favorire la divulgazione dell'immagine del Friuli Venezia Giulia e l'incremento turistico.

Regione Friuli Venezia Giulia

Decreto del Presidente della Regione 4 settembre 2007, n. 0274/Pres. – Regolamento di esecuzione previsto dall'art. 8, c. 72, della LR n. 2/2006 (Legge finanziaria), riguardante i criteri e le modalità di presentazione delle domande di erogazione e di rendicontazione dei finanziamenti concessi a favore delle società di gestione degli alberghi diffusi. Approvazione.

Regione Marche

Deliberazione n. 1088 del 15/10/2007. – Definizione delle modalità per la comunicazione dei prezzi delle strutture ricettive – articoli 40 e 41 della Lr n. 9/2006

Regione Marche

Decreto del dirigente del servizio, cultura, turismo e commercio n. 534 del 28/08/2007 – riqualificazione dell'offerta turistica regionale. Bando per la concessione di contributi in conto interessi alle imprese turistiche. Capitolo 10610237 – U.P.B. 10610 bilancio di previsione.

Regione Marche

Decreto del Dirigente del Servizio Cultura, Turismo e Commercio n. 577 del 12/09/2007 – Riqualificazione dell'offerta turistica regionale per la concessione di contributi in conto interessi alle imprese turistiche. Rettifiche ed integrazioni

collaborazione con tutte le parti in causa.

2.2. Un quadro d'azione

Per raggiungere gli obiettivi dell'Agenda ed affrontare le suddette tematiche serve un'azione coerente che può essere sostenuta da adeguate politiche pubbliche: gestione sostenibile delle destinazioni, integrazione dell'aspetto "sostenibilità" da parte delle aziende e sensibilizzazione dei turisti in merito a tale aspetto.

Per operare una gestione di questo tipo è però necessario il sostegno del contesto e la partecipazione di tutti gli operatori regionali e locali, in una struttura efficiente, all'interno della quale vengono agevolate la partnership e una leadership efficace.

Una condizione fondamentale che le aziende devono soddisfare è quella di restare competitive. Le iniziative avviate a sostegno della competitività vanno considerate parte del processo di costruzione della sostenibilità, che è uno dei più importanti vantaggi competitivi. Per garantire la loro competitività a lungo termine, la loro redditività e la prosperità, le aziende devono quindi integrare meglio la dimensione "sostenibilità" nel loro processo decisionale, nelle loro prassi e nei loro strumenti di gestione. In tale ambito i servizi e le associazioni di sostegno alle aziende possono svolgere un ruolo importante.

Principi da rispettare per ottenere un turismo competitivo e sostenibile

Affinché il turismo sia competitivo e sostenibile la Commissione invita tutte le parti in causa ad osservare i seguenti principi:

- **Adottare una strategia olistica ed integrata** – Tutti i vari impatti del turismo vanno tenuti presenti nella programmazione e nello sviluppo di tale settore. Inoltre il turismo deve trovarsi in equilibrio ed essere integrato con una serie di attività che influiscono sulla società e sull'ambiente.
- **Programmare a lungo termine** – Lo sviluppo sostenibile implica l'attenzione alle esigenze delle generazioni future e della nostra. Per programmare a lungo termine bisogna essere in grado di sostenere le iniziative nel tempo.
- **Raggiungere un ritmo di sviluppo appropriato** – Il livello, il ritmo e la forma dello sviluppo dovrebbero riflettere e rispettare il carattere, le risorse e le esigenze delle comunità e delle destinazioni ospiti.
- **Coinvolgere tutte le parti in causa** – La strategia sostenibile implica un'ampia ed impegnata partecipazione al processo decisionale e all'attuazione concreta da parte di tutte le persone in grado di influire sul risultato.
- **Utilizzare le migliori conoscenze disponibili** – Le politiche e le iniziative devono essere fondate sulle migliori e più recenti conoscenze disponibili. Le informazioni sulle tendenze e sugli impatti del turismo, le capacità e l'esperienza devono essere condivise a livello europeo.
- **Ridurre al minimo e gestire i rischi** (principio di precauzione) – Quando sussistono incertezze in merito ai risultati, è opportuno condurre una valutazione completa ed intraprendere azioni preventive al fine di evitare danni all'ambiente o alla società.
- **Riflettere gli impatti sui costi** (l'utente e l'inquinatore pagano) – I prezzi devono riflettere i costi reali per la società delle attività di consumo e di produzione. In tal modo si tiene conto non solo dell'inquinamento ma anche dell'uso delle strutture, che implica costi di gestione notevoli.
- **Fissare e rispettare i limiti, ove opportuno** – La capacità di accoglienza di determinati siti e di zone più ampie va riconosciuta e deve essere presente la disponibilità di limitare, ove e quando opportuno, il livello di sviluppo turistico ed il volume dei flussi turistici.
- **Effettuare un monitoraggio continuo** – Sostenibilità significa coprire gli impatti ed essere vigilanti nei

Regione Marche

Deliberazione n. 1011 del 17/9/2007 – Definizione dei requisiti tecnici relativi alle strutture ricettive extralberghiere – Art. 28, comma 1, LR n. 9/2006

Regione Marche

Deliberazione n. 725 del 29/06/2007 – esercizio delle funzioni amministrative relative alle professioni turistiche – legge regionale 9/2006

Regione Sicilia

Assessorato del turismo, delle comunicazioni e dei trasporti – decreto 17 settembre 2007 – revoca del decreto 28 dicembre 2006 ed approvazione del 3° bando di selezione per la presentazione delle istanze per ottenere il contributo di cui all'art. 88 della legge regionale 23 dicembre 2000, n. 32 – Aiuti al bed & breakfast

Regione Umbria

Deliberazione della Giunta regionale 8 ottobre 2007, n. 1595 – P.S.R. 2007-2013 - Misura 3.1.3 "Incentivazione di attività turistiche" – Azione c) Acquisizione manifestazioni di interesse, Integrazione deliberazione G.R. n. 1426 del 3 settembre

Regione Veneto

Deliberazione della Giunta Regionale n. 1981 del 3 luglio 2007 – Atto di indirizzo e di coordinamento alle amministrazioni provinciali turistiche in materia di disciplina delle professioni turistiche. Legge 2 aprile 2007, n. 40, articolo 10, comma 4; legge regionale 4 novembre 2002, n. 33, articolo 82 e seguenti

Regione Veneto

Deliberazione della Giunta Regionale n. 2829 del 18 settembre 2007 – Legge regionale 4 novembre 2002, n. 33. Legge 7 agosto 1990, n. 241. Strutture associate di promozione turistica. Modalità di concessione dei contributi regionali. DGR n. 57/CR del 15 maggio 2007

loro confronti in modo permanente, affinché possano essere realizzati i cambiamenti e i miglioramenti necessari.

Andare avanti insieme

Per ottenere risultati più significativi le iniziative attuali, e future, devono riunire gli impegni ed agire di concerto, in modo più visibile e con maggiore sinergia.

La presente "Agenda" intende rafforzare tale processo volontario e permanente. Tale processo va promosso da tutti gli operatori del settore turistico in Europa: i vari livelli di governo, autorità locali, organizzazioni di gestione delle destinazioni, regioni, Stati membri, e la stessa Commissione europea, le aziende, i turisti e tutti gli altri organismi in grado di promuovere, sostenere e orientare il turismo.

Di conseguenza è particolarmente importante rispettare il principio della sussidiarietà ed operare secondo l'approccio "bottom-up", coinvolgendo tutti gli operatori che dispongono delle competenze e dei poteri di agire e che contribuiscono volontariamente all'attuazione dell'Agenda.

3.1. Ruolo delle parti interessate

Il Gruppo per la sostenibilità del turismo ha istituito un quadro per le iniziative attribuendo ampie responsabilità e ruoli specifici ai vari gruppi di interessati attuando l'agenda per quanto riguarda i tre suddetti elementi essenziali: destinazioni sostenibili, aziende sostenibili, turisti responsabili, e le tematiche da affrontare.

Gli interessati nel settore del turismo sono invitati ad accettare le rispettive responsabilità e ad avvalersi delle possibilità offerte dall'impegno verso la sostenibilità quale motore potenziale dell'innovazione e della crescita. Gli operatori dovrebbero condividere le loro conoscenze comunicando i risultati positivi o negativi raggiunti, al fine di costituire un collegamento più forte tra la creazione di conoscenze, la loro diffusione e l'attuazione di prassi sostenibili e concorrenziali. A tal fine dovrebbero istituire una cooperazione strutturata e regolare al livello in cui prevalentemente agiscono, sia esso relativo alla destinazione, alla regione, nazionale, europeo o internazionale, e inserire la sostenibilità nel dibattito all'interno di tali strutture di cooperazione.

3.2. Il ruolo della Commissione europea

La Commissione riconosce le proprie responsabilità d'iniziativa e realizzerà azioni a livello europeo basate su una strategia graduale, che forniscono agli interessati valore aggiunto a livello europeo rispettando totalmente la ripartizione delle competenze stabilita dal trattato.

3.2.1. Mobilitare gli operatori per produrre e condividere la conoscenza

La Commissione europea intende ottenere migliore visibilità e fare conoscere le prassi ottimali ai cittadini e alla società dell'UE nonché rafforzare la conoscenza e la comprensione delle prassi che collegano la sostenibilità e la concorrenzialità in modo da potenziarle reciprocamente.

La Commissione sta già organizzando conferenze e realizzando studi e ricerche per sensibilizzare in merito a tematiche quali agevolare i viaggi per i giovani, gli anziani e le persone con esigenze particolari attraverso iniziative turistiche sociali e accessibili, nonché in merito ai metodi di lavoro applicabili a livello locale e regionale (ad es. uno studio sull'impatto dei grandi eventi culturali e sportivi sulle PMI orientate verso il turismo). La Commissione continuerà a cercare di richiamare l'attenzione degli operatori che creano conoscenza (ad es. università, istituti di ricerca, osservatori pubblici e privati) verso le tematiche connesse alla sostenibilità del turismo europeo. La Commissione agevolerà la loro cooperazione e promuoverà l'offerta di istruzione formale e informale

nell'ambito del turismo. La Commissione sosterrà inoltre la mobilità in Europa attraverso la promozione delle formazioni e del collocamento transnazionali, degli scambi e dell'elaborazione di metodi, materiali e contenuti di formazioni, inclusa l'integrazione dei principi di sostenibilità nei programmi di formazione.

L'impegno a livello locale e regionale sarà sostenuto da alleanze tra vari tipi di destinazioni (ad es. rurali, costiere, montane, urbane) impegnate in una gestione sostenibile della destinazione istituita dai pionieri del settore ed aperta a tutti gli altri interessati. La Commissione europea sosterrà la creazione di piattaforme, anche attraverso l'impiego delle nuove tecnologie, per migliorare lo scambio di esperienze di prassi positive e negative e la collaborazione tra il turismo ed altri settori connessi.

Anche il forum annuale europeo del turismo offre a tutte le parti in causa una piattaforma di scambio di opinioni e di promozione della collaborazione sulle tematiche connesse alla relazione tra sostenibilità e concorrenzialità del turismo europeo.

3.2.2. Promuovere le destinazioni d'eccellenza

La Commissione continuerà a realizzare il progetto pilota "European destinations of excellence" (EDEN, destinazioni europee d'eccellenza). Il progetto EDEN promuove le destinazioni europee emergenti e offre sostegno a quelle che perseguono lo sviluppo turistico in modo da garantire sostenibilità sociale, culturale ed ambientale.

3.2.3. Mobilitare gli strumenti finanziari comunitari

La Commissione europea riconosce la necessità degli operatori di ricevere aiuti finanziari per promuovere la realizzazione dell'Agenda. A livello europeo le possibilità esistono già, ad esempio per gli Stati membri e le regioni quella di finanziare progetti turistici attraverso il Fondo europeo di sviluppo regionale. Le prassi turistiche sostenibili ed innovative sono già evidenziate come criteri prioritari nei diversi obiettivi dei vari strumenti finanziari europei, in particolare i fondi della politica di coesione (Fondo europeo di sviluppo regionale e Fondo sociale europeo), il Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale, il Fondo europeo per la pesca, il settimo programma quadro comunitario per la ricerca, lo sviluppo tecnologico e le attività di dimostrazione (nel quale la priorità relativa ai cambiamenti climatici comprende l'impatto sul turismo) ed il programma "Leonardo da Vinci", con l'introduzione di una misura specifica per gli apprendisti e i giovani che seguono formazioni professionali e con un progetto attualmente in corso, relativo all'analisi e allo sviluppo delle qualifiche nel settore. Anche il "programma-quadro per la competitività e l'occupazione" fornirà sostegno alla competitività delle imprese dell'Unione, in particolare delle PMI. La Commissione promuoverà la diffusione di informazioni in merito alle modalità e alle esperienze di utilizzo di tali strumenti finanziari comunitari da parte dei vari operatori del settore.

3.2.4. Integrare sostenibilità e concorrenzialità nelle politiche della Commissione

Varie politiche ed iniziative europee esistenti possono influire notevolmente sul turismo e sulla sua sostenibilità e fornire un importante contributo nell'affrontare le tematiche cruciali. Le attività dei settori politici generici quali l'ambiente, i trasporti, l'occupazione o la ricerca possono avere vari impatti sui diversi territori a causa delle rispettive caratteristiche specifiche. La Commissione tiene e terrà conto delle necessità di tali territori diversi tra loro.

4. CONCLUSIONI

Con la presente comunicazione viene ufficialmente avviata e sostenuta un'Agenda a medio-lungo termine nella quale tutti gli interessati devono avviare le iniziative necessarie a potenziare il contributo delle prassi sostenibili per incrementare la concorrenzialità dell'Europa quale destinazione turistica più interessante.

La Commissione europea conta sul sostegno politico a tale iniziativa da parte delle altre istituzioni comunitarie e nel 2011 presenterà la valutazione sui progressi compiuti.

Le sessioni di lavoro

Sulla base dei tre obiettivi chiave della Strategia sullo sviluppo sostenibile dell'Unione Europea (tutela ambientale, prosperità economica, equità e coesione sociale), il Forum ha affrontato tre temi specifici in sessione plenaria, che ha visto

un aperto dibattito tra relatori e platea, per ogni Panel affrontato.

1. Il primo Panel riguardante il Management e la Conservazione del Patrimonio Naturalistico e Culturale ha visto un acceso dibattito tra i relatori e la platea.

I relatori hanno indicato il valore del patrimonio naturale e culturale europeo, come indiscutibile elemento distintivo e competitivo per il turismo europeo.

Tre sono stati gli orientamenti individuati per proseguire verso una maggior sostenibilità del

turismo:

- a) Una maggiore tutela delle aree protette, mediante un'effettiva applicazione delle norme in merito.
- b) L'esigenza di creare Piani di Gestione altamente qualificati attuati da personale con specializzazioni multidisciplinari, data la molteplicità di settori con cui il turismo interagisce.
- c) Risorse finanziarie disponibili, poiché qualsiasi intervento richiede sforzi economici per essere realmente incisivo.

Il dibattito, inoltre ha evidenziato l'importanza del coinvolgimento della comunità locale nella Gestione delle aree protette.

Il rapporto di stretta collaborazione tra il pubblico e il privato è stato ampiamente sostenuto, sottolineando come, però è di fondamentale importanza, che il privato, sia rappresentato da quella comunità locale, che con le sue attività economiche costituisce il tessuto di base sul quale un'intera destinazione si fonda.

2. Il secondo Panel di lavori, sulla Gestione delle Risorse e degli Sprechi, ha spostato l'attenzione sulle risorse naturali, sulla questione ambientale anche del cambiamento climatico, che influisce proprio sulle risorse a disposizione, anche per il settore turistico.

Sono stati presentati degli studi, in particolare sull'uso della risorsa acqua nelle destinazioni turistiche.

Ne è emersa l'esigenza di un costante monitoraggio degli impatti dei flussi turistici su tali risorse, per consentire alle destinazioni stesse, nonché alle imprese che operano nel settore turistico, di valutare l'efficacia dei propri sforzi.

Infine si è evidenziato l'importanza del ruolo dei consumatori/turisti, della loro consapevolezza di fare un turismo più rispettoso, e del peso che tale consapevolezza può raggiungere nel rapporto con le imprese che fanno turismo. Insomma si è analizzato anche quanto un turista più consapevole della sostenibilità può influenzare le scelte dell'industria turistica, in questa direzione. (sollecitando per esempio l'esigenza di certificarsi, di modo da essere RICONOSCIUTI come sostenibili, dal consumatore più esigente).

3. Proprio sulla responsabilità delle imprese si è concentrato l'ultimo momento di discussione, dal titolo il Management Sostenibile: Responsabilità Aziendale nella Competitività e nella Creazione di Lavoro.

Oltre ai mezzi a disposizione delle imprese, come le

certificazioni ambientali che garantiscono sia la qualità dei prodotti che dei servizi, attraverso procedure effettuate nel rispetto delle risorse, le nuove prospettive del turismo, aprono anche nuovi scenari e prospettive di lavoro.

Si è dibattuto sulle effettive opportunità create da un turismo più consapevole delle risorse naturali, ma anche delle culture e delle identità locali, e su quanto questi aspetti possano creare nuove figure professionali che ruotino attorno al mondo del turismo.

Ma allo stesso tempo si è puntato l'attenzione sull'esigenza di una formazione sempre più precisa e puntuale, per gli addetti al settore, che siano le piccole imprese come le grandi aziende, tanto per i titolari, che per i dipendenti.

La necessità è quella di formare una nuova mentalità turistica pronta ad accogliere di base già concetti di sostenibilità, sia essa di tipo ambientale, economica o sociale.

European Destinations of Excellence Awards

Un capitolo a parte merita il Premio EDEN, l'European Destinations of Excellence, il riconoscimento della Commissione Europea per le migliori Destinazioni turistiche europee. Il premio si rivolge alle destinazioni che hanno sviluppato una nuova offerta turistica basata sulle attrazioni naturali e culturali.

Quest'anno il tema era la miglior Destinazione Rurale Emergente.

Il progetto lanciato dalla Commissione Europea, già dallo scorso anno. È aperto a tutti gli Stati membri.

La commissione stabilisce i criteri di selezione di cui i singoli stati devono tener conto per selezionar le candidature pervenute. Ogni Stato membro seleziona la destinazione rappresentante. Lo scopo del progetto EDEN è quello di creare un network di destinazioni di eccellenza e soprattutto di permettere uno scambio di best practices affinché si divulghi un modello di GESTIONE DELLA DESTINAZIONE europeo, sinonimo di qualità.

L'edizione 2007 ha visto la partecipazione di ben 18 paesi per un totale di 400 destinazioni partecipanti, di cui 10 sono state quelle premiate in Portogallo.

L'Italia che ha partecipato con il maggior numero di

destinazioni selezionate, ben 130, è stata rappresentata dal comune di Specchia, un piccolo centro del Salento distintosi per una particolare integrazione tra innovazione e tradizione. La gestione del patrimonio storico culturale è supportata dalle tecnologie più innovative oltre che da una scelta di promuovere e adottare fonti di energia alternative (eolica in particolare).

Altri progetti, che spaziano dalla conversione delle vecchie colture di tabacco in colture di piante officinali (supportando l'industria locale), ai progetti di scambi internazionali tra giovani di Specchia con altri di alcuni stati europei, come Germania, Polonia, Finlandia e Ungheria, hanno contribuito a fare di questo piccolo centro prevalentemente rurale, un modello di gestione della destinazione da promuovere al livello europeo.

I problemi del lavoro hanno assunto negli ultimi anni un carattere di emergenza etica e sociale. Si è passati da un contesto in cui il lavoro doveva accompagnare il Paese nella sua fase di sviluppo con una protezione e tutela ai diritti dei lavoratori, ad una fase più matura, aggravata da una concorrenza internazionale di paesi che su questi aspetti sono molto indietro.

Il rinnovamento in atto del modello organizzativo operato dalle imprese per competere nel mercato della globalizzazione, se da una parte sta facendo venire meno il concetto di stabilità e la tipologia di lavoro fisso, dall'altra fa intravedere con fatica le soluzioni alternative, in grado di dare le risposte attese dalle Imprese e dagli stessi lavoratori.

La Politica in questo contesto ha un ruolo determinante, quello di dare gli strumenti e di creare le condizioni di sicurezza rispetto ai processi di cambiamento in atto per tutti, imprese e lavoratori. Speravamo lo facesse con il protocollo sul Welfare, ma sappiamo tutti come sia andata a finire. Confindustria non lo ha sottoscritto per gli errori che ha interpretato, dal suo osservatorio e che ha rispettosamente dichiarato e che si riferiscono sia al metodo che al merito del provvedimento.

Nel metodo non c'è stato il coinvolgimento dovuto a chi rappresenta imprese del terziario che concorrono a realizzare una quota importante del Pil. Nel merito, invece, il protocollo ha cancellato o rimodulato alcuni istituti fondamentali per il lavoro nel turismo (uno dei pochi settori che in questi anni ha costantemente aumentato i livelli occupazionali), quali il lavoro a chiamata, i contratti a termine, l'aggravio contributivo sul part-time breve. E ha rinunciato a impiegare risorse per una politica attiva del lavoro, gamba essenziale dell'integrazione tra flessibilità e sicurezza.

Restano così sul tappeto le tante incertezze e contraddizioni tra un mercato dinamico e in continua evoluzione e vecchie regole, che ingessano da un lato le imprese e dall'altro penalizzano i lavoratori.

C'è quindi la prima necessità di modernizzare il nostro Paese nelle relazioni sindacali. Tale processo va però portato avanti, nell'interesse di tutto il Paese, lavoratori e imprese. Sui temi del lavoro esistono sostanziali differenze tra i Paesi con i quali ci confrontiamo.

Basti pensare al nostro settore, il Turismo, che subisce una concorrenza internazionale capace di offrire pacchetti a prezzi improponibili per le nostre imprese, sfruttando vantaggi sulla struttura dei suoi conti economici, tra cui anche il costo del lavoro.

Certamente abbiamo altre risorse da spendere in termini di storia, di arte, di buona cucina, di bellezze paesaggistiche, di esperienze e capacità nell'accoglienza, di creatività e fantasia, ma dobbiamo cercare di dare più efficienza a tutto il sistema, riconsiderando anche i temi del lavoro.

Il "capitale umano" è l'elemento decisivo per qualsiasi azienda, consapevole anche delle difficoltà ad organizzarlo in termini di competenza, passione,

motivazioni professionali. Obiettivo di qualsiasi bravo imprenditore è quello di pretendere da parte dei propri dipendenti il rispetto dei doveri connessi al rapporto di lavoro, ma anche quello di dare loro le giuste risposte in termini retributivi e di soddisfazione sulla dignità del lavoro, sul rispetto della persona, ambiente di lavoro, crescita professionale e ambizioni, in un'ottica di gratificazione professionale e piacere personale.

E' proprio il clima aziendale a valorizzare tante nostre imprese, soprattutto medio-piccole, che poi vincono sui mercati nel difficile confronto con una concorrenza internazionale, talvolta anche sleale per il mancato rispetto dei minimi diritti sindacali. La carta vincente di queste imprese è l'offerta di un servizio di qualità a cui è possibile arrivare quando un'azienda investe sui propri collaboratori.

Il passaggio fondamentale sta nel trovare le combinazioni che ci consentono di passare da un sistema che "Tutela e Protegge" il lavoro, ad uno invece che lo "Accresce" e questo comporta anche il cambio di mentalità, nel cercare e offrire non tanto il "posto di lavoro" ma il "lavoro", espressioni di due cose tra loro molto diverse.

Il percorso non è facile anche perché si scontra con la forte carica inerziale dei diritti acquisiti, ma i soggetti interessati, cioè lo Stato, le organizzazioni sindacali e le imprese, devono impegnarsi per provare almeno a cambiare le attuali debolezze.

Il Libro Verde della Commissione Europea sulla modernizzazione del diritto del lavoro prospetta un quadro di regole, semplici e adattabili, di organizzazione del lavoro e gestione delle risorse umane, che auspichiamo possano essere presto recepite, perché combinano le esigenze di tutela del lavoro - in termini di sicurezza sul lavoro, salario equo, copertura previdenziale - con le esigenze di flessibilità e competitività delle imprese.

Il Paese è ancora diviso sul futuro della Legge Biagi. Il tema della flessibilità non potrà essere affrontato con efficacia, finché non si introdurrà una rete di protezione sociale ancora più efficiente di quel che si sta tentando di fare, condizione indispensabile per poter riformare il mercato del lavoro.

Tuttavia non si comprende l'atteggiamento pregiudiziale nei confronti di certe forme di lavoro come il part time ed il contratto a termine, come si evince dai contenuti del disegno di legge di attuazione del protocollo sul welfare.

La penalizzazione che verrebbe imposta ai cosiddetti lavoratori stagionali, che solo nel settore dei pubblici esercizi sono stati, nel 2006, 105.000 pari cioè al 20,1% dell'occupazione dipendente media annua, di non poter essere assunti per più di 36 mesi, significa non tener conto delle particolarità dei settori che invece utilizzano tale forma di lavoro.

Ancora più grave la posizione assunta prevedendo la soppressione del lavoro intermittente, uno strumento che ha consentito una parziale e regolare stabilizzazione del lavoro, dalla quale deriva una maggiore tutela assistenziale. In Danimarca, per esempio, dove esistono sussidi di disoccupazione generosi e generalizzati esiste una maggiore libertà di licenziamento. Le imprese assumono senza problemi. Perdere il lavoro crea problemi, ma non è un dramma.

Al tavolo della concertazione però questi argomenti arrivano con difficoltà. Le organizzazioni sindacali difendono i loro iscritti, che hanno un lavoro a tempo indeterminato e quindi non sono interessate a chiedere sussidi di disoccupazione. Se un'impresa è in difficoltà diventa più

comodo avvalersi della Cassa Integrazione, un sistema di protezione che però non protegge tutti, oppure chiedere contributi/incentivi che pesano l'1% del Pil.

Sulla professionalità dei lavoratori invece intervengono tanti fattori, anche l'incapacità dell'imprenditore a trasmettere le giuste motivazioni o a considerare nella giusta misura e continuità gli aspetti formativi.

Primaria è però la responsabilità della scuola, almeno nel nostro settore, dove la formazione scolastica professionale è "cenerentola" del sistema scolastico nazionale. E ci sembra opportuno richiamare ad un impegno reale a far sì che gli Istituti Alberghieri e della Ristorazione statali riprendano il loro ruolo. Altro aspetto importante che condiziona il mercato del lavoro è la corretta valutazione del rapporto fra fabbisogni professionali espressi da un territorio e le risorse disponibili.

Sostenere che occorre portare i lavoratori dove c'è il lavoro è una ovvietà, ma spesso non è applicabile, perché il nostro sistema non facilita nei fatti la mobilità geografica che è una premessa della mobilità sociale.

Peraltro anche nel nostro settore trova conferma l'esistenza di alcune anomalie legate all'attuale sistema di relazioni sindacali del nostro Paese. Innanzitutto c'è

una difficoltà a concludere in tempi ragionevolmente brevi il negoziato dal momento che il confronto si è sviluppato in un arco di 18 mesi, dalla scadenza del precedente CCNL; poi assistiamo alla "disapplicazione" di alcuni assetti disegnati dal protocollo di luglio '93, ad esempio con il superamento della fase del biennio economico a favore di una durata quadriennale sia per la parte normativa che economica. Infine, esiste una oggettiva difficoltà a far decollare un sistema di contrattazione di secondo livello in considerazione delle caratteristiche delle imprese medio-piccole.

La riflessione avviata da tempo dalle parti sociali e non ancora conclusa sugli sviluppi e sui futuri assetti contrattuali sembrerebbe suggerire che si possa andare verso uno sviluppo e un perfezionamento della logica contenuta nell'accordo del 23 luglio 1993 più che verso una radicale revisione.

Chi ha responsabilità di rappresentare sindacalmente una categoria ha il dovere di segnalare le criticità, di proporre soluzioni, di richiedere migliorie e interventi, nel rispetto delle responsabilità che competono ai suoi interlocutori istituzionali.

Gli imprenditori lavorano soprattutto per il loro tornaconto, ma se le aziende vanno bene, i vantaggi si ripercuotono su tutti gli stakeholder con i quali si interfacciano, lavoratori e fisco compresi.

Lino Enrico Stoppani

Faita

Rapporto sul turismo all'aria aperta

È disponibile il nuovo Rapporto sul Turismo all'Aria Aperta commissionato da Faita FederCamping e curato dal professor Stefano Poeta, Direttore Scientifico del CST di Assisi. L'ultima edizione risale al 2002. Il nuovo rapporto si articola in questa edizione in due sezioni: una prima parte in cui si prende in considerazione la domanda e si analizzano gli andamenti e le principali caratteristiche dei flussi del turismo *en plein air*, ed una seconda parte in cui si analizza l'offerta e, quindi, le principali caratteristiche dei campeggi e villaggi turistici italiani.

I dati utilizzati per l'analisi sono quelli ufficiali prodotti dall'Istituto Nazionale di Statistica (indagini sul movimento dei clienti e sulla consistenza delle strutture ricettive alberghiere e complementari in Italia) ai quali sono stati affiancati, per un'analisi più dettagliata del mercato estero, i dati raccolti dall'Ufficio Italiano Cambi, nell'indagine campionaria sul turismo internazionale dell'Italia, ed i dati Unioncamere per rilevare la natura giuridica delle strutture. Non è stata dunque condotta alcuna indagine di tipo diretto presso gli operatori.

Il quadro che emerge dall'analisi della domanda delinea un comparto che nell'ultimo decennio (1997-2006) ha mostrato una scarsa dinamicità, con un tasso medio annuo di crescita delle presenze dell'1,2%, nettamente più basso rispetto a quello registrato mediamente negli altri esercizi complementari (9,8%) ed inferiore anche a quello del comparto alberghiero (2,2%).

Un esame più approfondito dei dati consente di evidenziare che questa "debolezza" del turismo all'aria aperta è maggiormente imputabile al trend degli ultimi anni, in cui ad un andamento della componente italiana in calo a partire dal 2004 si è affiancata, nel triennio 2002-2004, una performance

negativa della componente estera, soprattutto nel Meridione, in controtendenza con quanto era accaduto nel periodo precedente.

I dati provvisori Istat del 2006, mentre evidenziano una situazione di sostanziale stabilità per il mercato italiano, sembrano invece attestare il recupero di quello estero, avviatosi già nell'anno precedente.

Con riferimento al mercato estero, l'analisi dei dati dell'Ufficio Italiano Cambi, che si riferiscono unicamente al movimento campeggistico, comprensivo anche di quello libero, indicano invece una persistente situazione di difficoltà dei flussi inbound nel biennio 2005-2006. Per quanto concerne l'offerta ricettiva, nelle strutture del turismo all'aria aperta nel periodo dal 1995 al 2006 si presenta una situazione caratterizzata da un modesto incremento degli esercizi (+2,8%) a fronte di uno sviluppo molto più sostenuto verificatosi nel resto del comparto extralberghiero. In particolare, nell'ultimo anno di rilevazione le strutture sono aumentate del 4,1% rispetto all'anno precedente, raggiungendo le 2.510 unità. Più marcato è stato invece l'incremento registrato nel lungo termine per la dotazione di posti letto (+7%), anche se di molto inferiore rispetto all'aumento verificatosi nel comparto alberghiero (+20%) ed in quello extralberghiero (+50%). L'attuale capacità ricettiva nei campeggi e villaggi turistici, di 1.358.029 posti letto, rappresenta il 30,2% della complessiva offerta ricettiva nazionale.

La dimensione media delle strutture a livello nazionale (541 l./es.) che è rimasta invariata rispetto al 1995, presenta delle notevoli disomogeneità a livello regionale e di macro-aree, passando da 722 unità per gli esercizi del Nord Est a 391 per quelli del Nord Ovest. Nelle regioni del Mezzogiorno dove sono localizzate un terzo circa delle strutture del turismo all'aria aperta, la dimensione media di 490 letti/esercizio, risulta inferiore alla media nazionale, mentre nelle regioni del Centro Italia tale valore ammonta a 615 unità.

Il rapporto è potrà essere richiesto direttamente alla Faita Nazionale.



In occasione dell'evento Fiavet svoltosi dal 17 al 25 novembre sulla Costa Concordia in navigazione nel Mediterraneo, sono stati organizzati due importanti momenti di dibattito.

Il primo argomento trattato è stato il tema **"Le Imprese di Viaggi e Turismo tra tradizione e innovazione"**. In discussione i profondi cambiamenti che hanno stravolto la professione degli Agenti di Viaggio e il loro modo di stare sul mercato, a cominciare dal trasporto aereo. "Nel 1995, ha dichiarato **Michel de Blust, Segretario Generale dell'ECTAA**, l'organizzazione che raggruppa 29 Federazioni europee di categoria, il 90% degli utenti erano clienti di vettori di linea e soltanto il 10% di vettori alternativi. Se questo rapporto non si è invertito, poco ci manca. Nel 2006 erano operativi 35 vettori low cost con una capacità mensile di oltre 323.000 posti e alla fine del 2007, oltre il 25% di tutti i passeggeri aerei avranno volato con una di queste compagnie: nulla in confronto a quanto succederà fra 12 anni quando entreranno in esercizio, secondo quanto anticipato da Airbus, 22.700 nuovi aeromobili". Il secondo fattore de Blust lo individua nella distribuzione online, inesistente nel 1995, ma che oggi è arrivata a 57 miliardi di € di fatturato con una crescita del 38%. Del venduto online, il 56% ha riguardato il trasporto aereo di cui il 25% attribuito ai voli low cost, il 14% ai vettori tradizionali e soltanto il 17% alle agenzie. Il terzo imputato, per il Segretario Generale dell'ECTAA, sono i GDS, che stanno diventando i concorrenti più diretti delle agenzie di viaggio e ancora di più lo saranno quando avverrà la revisione del regolamento UE, che consentirà ai distributori di diversificare le loro attività. Sarà allora necessario sviluppare nuovi prodotti ad alto valore aggiunto, acquisire una maggiore flessibilità e adattabilità al mercato e instaurare nuovi rapporti con l'utente. Ma sarà anche indispensabile sviluppare nuovi sistemi aziendali e, soprattutto, introdurre più stretti controlli dei costi. In conclusione Michel de Blust ha riassunto le strategie della nuova distribuzione che presuppongono la definizione da parte dell'agente di viaggio di una precisa strategia aziendale da cui dipenderà, poi, l'organizzazione dell'azienda, le sue dimensioni e il valore aggiunto che l'agenzia è in grado di garantire per convincere l'utente a pagare volentieri il costo della consulenza.

Sulle dimensioni dello scenario al centro del dibattito del Convegno, si è soffermato **Emilio Becheri, Amministratore della Società Mercury** e curatore del Rapporto sul Turismo Italiano, secondo cui le agenzie di viaggio operanti oggi sul territorio nazionale sono 12.611, in aumento di oltre il doppio di quanto fossero nel 1992 (5.440). I punti vendita sono 18.781, che raggiungono la ragguardevole cifra di 20.892, se si considerano anche le imprese e le unità locali che svolgono tale attività in modo secondario. "Le agenzie di viaggio, ha sostenuto Becheri, hanno in sostanza soverchito ogni pronostico contraddicendo quanti le davano in forte crisi dopo l'avvento di internet e, addirittura, a rischio estinzione. Dopo i B&B, le Adv sono le imprese che hanno avuto il maggiore incremento". Ma questo non significa che internet

non abbia rivoluzionato il mercato, che Becheri distingue fra "reale", quello con gli operatori che genera business, e quello "immaginario", con le istituzioni, che non tiene conto della commercializzazione facendo fallire ogni progetto. Il **Presidente della Federazione, Giuseppe Cassarà**, in conclusione dei lavori, ha evidenziato come pure in presenza di internet, da considerare comunque come un alleato, e dei notevoli cambiamenti che hanno interessato nel tempo la figura dell'agente di viaggio, questi abbia saputo resistere non solo a tutte le avversità che in questo ultimo decennio lo hanno investito, ma è riuscito finanche ad affermarsi come una nuova figura professionale che è quella del Consulente di viaggi. L'ultima annotazione il Presidente l'ha riservata al sistema politico incapace di annullare il gap, di cui l'Italia soffre in confronto degli altri paesi, in materia di IVA congressuale, a discapito della competitività del nostro sistema turistico.

Durante il secondo convegno sul tema **"I protagonisti della distribuzione turistica: il processo di acquisto del prodotto turistico in Italia nella stagione estiva 2007"**, gli agenti di viaggio hanno analizzato la stagione estiva appena trascorsa e il responso è sostanzialmente negativo. Le cifre parlano chiaro: complessivamente l'Italia perde il 10% di passeggeri e ciò malgrado la diminuzione del costo medio del pacchetto di viaggio sceso ben al di sotto degli 800 € con una diminuzione media del 6,4%. A riferire i dati è la GfK, colosso internazionale delle ricerche di mercato, che subito dopo l'estate ha effettuato una rilevazione delle vendite direttamente sul campo, andando ad intervistare 1500 agenzie di viaggio, rappresentativo della rete totale che il censimento della GfK valuta intorno alle 12.000 agenzie. "Fortunatamente, sottolinea **Matilde Soregaroli, Business Unit Director della GfK**, ci sono settori che non solo non registrano segni negativi, ma crescono in percentuale in modo strepitoso. E' il caso delle crociere che fanno segnare un +26% di passeggeri e un +27% di fatturato. Ma anche il lungo raggio è cresciuto, anche se in maniera più contenuta: (+2% di passeggeri e +5,5% di fatturato). In questo settore gli aumenti più vistosi sono stati registrati dal Nord America (Stati Uniti e Canada), che, complice la debolezza del dollaro, ha fatto registrare un altro indice strepitoso (+51,1% di passeggeri), con una incidenza sul lungo raggio del 12,5%, e dall'Oceano Indiano con un aumento del 2,9% di passeggeri e un +16,3% di fatturato, con una percentuale di share sul lungo raggio del 6,3%". Anche la costa nord africana è andata molto bene, avendo fatto registrare un aumento del 18% dovuto, probabilmente, all'incidenza dei costi, di sicuro più contenuti, e alla formula di vendita (all inclusive). Per quanto concerne le destinazioni vendute in Agenzia, l'Italia si colloca sicuramente al primo posto con oltre il 35% delle preferenze, seguita dalle Canarie, Baleari e Grecia, mentre fra le Regioni italiane è la Sardegna ad essere stata maggiormente richiesta, seguita dalla Toscana e dalla Sicilia. Sul boom delle crociere si è soffermato, invece, **Mario Martini, Senior Vice President, di Costa Crociera**, il quale non ha mancato di sottolineare come la compagnia, pur collocandosi nel mondo al quarto posto per dimensioni e trasporto passeggeri, sia unica per la presenza in tutti i continenti con propri uffici. "Il mercato delle crociere, ha detto Martini, sta crescendo in Europa ad un ritmo considerevole: se nel 1995 i passeggeri erano stati un milione e nel 2005 3,3 milioni, nel 2010 saranno 4,1 milioni che saliranno nel 2015 a 5,2 milioni. E se il turismo è aumentato in generale, negli ultimi 10 anni, del 45%, le crociere hanno fatto segnare un indice di aumento del 220%. Il potenziale di mercato nel 2006 è stato valutato in 14,6

milioni di passeggeri, dei quali il 70% in America, dove la crociera viene vista come il top delle vacanze, il 23% in Europa e soltanto il 7% nel resto del mondo". L'analisi del Vice Presidente di Costa Crociera è poi proseguita con un focus sull'Europa dove, nel 2005, le compagnie crocieristiche hanno sostenute spese per 8,3 miliardi di euro, che nel 2010 arriveranno a 12,7 miliardi di euro; dove i cantieri navali costruiranno il 90% delle navi in ordine fino al 2010 con un valore per le commesse che va oltre i 18 miliardi di euro; dove 180 mila posti di lavoro dipendono dall'industria crocieristica con una previsione in aumento fino a 250 mila. Interessanti i dati riguardanti le agenzie di viaggio che collaborano con Costa Crociera secondo la quale "la distribuzione tradizionale è ancora quella meno onerosa". Nel data base della Compagnia sono registrate 11.207 agenzie di viaggio delle quali attive, che hanno venduto cioè almeno una crociera, sono 10.241, ovvero il 91,4% del totale. In Europa le agenzie sono 52.260 delle quali attive un po' più della metà: 28.643. In totale,

nel 2005, gli agenti di viaggio europei hanno beneficiato di circa 500 milioni di euro di commissioni provenienti solo dal settore crocieristico. "La ricerca della GfK", ha dichiarato, in conclusione, **Giuseppe Cassarà, Presidente della Fiafet**, 'ci conforta perchè dalla diagnosi emerge un settore, quello della distribuzione, in buona salute. Ma l'indagine dovrà essere arricchita da uno studio sull'incoming che mi auguro, anche attraverso una collaborazione diretta, possa essere presto avviato. Le indicazioni potrebbero essere di grande ausilio per l'economicità delle agenzie di viaggio e per destagionalizzare il turismo in Italia con grande vantaggio per tutti. Per quanto riguarda, invece, i rapporti con Costa Crociera e con le altre compagnie crocieristiche, per il solo fatto di essere rimasti fedeli alla distribuzione tradizionale, senza modificare il regime commissionale, quando tutti gli altri vettori, con la falsa giustificazione di risanare i bilanci, operavano tagli spropositati, non possono che godere della nostra stima e della nostra fiducia, ripagata con i risultati presentati oggi, che dimostrano, ancora di più, da quale parte fosse la verità di quella triste vicenda".

Anbba

A.N.B.B.A.
Associazione Nazionale di categoria Bed & Breakfast e Affittacamere

Fase storica per il B&B Italiano: ANBBA distribuisce la "1° Targa Nazionale di Qualità" a 700 bed & Breakfast in Italia

L'ANBBA - Associazione nazionale di categoria dei Bed & Breakfast ed Affittacamere comunica l'inizio di una nuova era, storica per i Bed & Breakfast italiani: dal 22 ottobre 2007 è iniziata la consegna della **1° Targa Nazionale di Qualità** su tutto il territorio nazionale ai B&B ed Affittacamere associati.

La **Targa** (v. foto) identifica il livello di servizio offerto dalla struttura, attraverso la **Categoria di qualità** (I la più alta, III la più bassa) certificata ed assegnata dall'Associazione Nazionale per mezzo dell'esclusivo sistema AVS (ANBBA Valuation System) che fornisce un'unica classificazione nazionale a tutti i Bed & Breakfast ed Affittacamere italiani, senza differenze di parametri tra regione e regione.

"Il momento è storico per i Bed & Breakfast italiani. All'estero infatti" - spiega il Presidente Nazionale Stefano Calandra - "i Bed & Breakfast sono sempre stati classificati dalle associazioni di categoria nazionali, come già accade in seno alle Town and Country Homes irlandesi o alle Gites de France francesi. In Italia, la nazione con più potenzialità al mondo in questo settore, si attendeva quindi da tempo una certificazione omogenea nazionale. Tanto più che i B&B sono strutture notoriamente in Italia definite "non classificate", tranne che in un paio di regioni ed in qualche Comune ove sia stato introdotto un marchio di qualità locale. L'alto numero di soci richiedenti la targa ci conforta molto, ma ci conferma la tendenza in atto anche in Italia del forte bisogno di fornire garanzie di qualità certificata agli Ospiti da parte dei gestori di queste strutture, come accade anche in altri Paesi europei. Ci conferma anche la necessità di parametri omogenei nazionali di

classificazione, che sono sempre mancati da quando c'è stata la «devolution» alle regioni della gestione del turismo".

I B&B richiedenti potranno richiedere la targa di qualità, sottoporsi alla classificazione ed esporla al pubblico sin da ora, facendone richiesta ad ANBBA. La classificazione richiede l'accettazione della Carta dell'Ospitalità ANBBA, il pagamento della quota associativa annuale e la verifica di più di 250 parametri qualitativi inerenti il servizio offerto e le capacità professionali del gestore. E' in corso di progettazione anche un sistema di controllo continuo e ripetuto nel tempo sulla qualità delle strutture.

La Targa rappresenta la conclusione di un progetto di censimento e classificazione degli associati ANBBA che ha visto, dal 2000 ad oggi, già oltre **1200 strutture** di tipo Bed and breakfast e Affittacamere valutate e classificate da ANBBA.



Finanziaria 2008: Sib, canoni spiagge ci penalizzano

Gli imprenditori balneari aderenti al S.I.B. continueranno la battaglia in Parlamento affinché nel momento in cui la Camera dei Deputati affronterà l'analisi e l'approvazione della legge finanziaria 2008 non trascuri la possibilità di riformare l'articolo presente nella Finanziaria 2007, (legge 296/06), che prevede la trasformazione dei canoni demaniali in canoni di affitto dei beni commerciali che insistono su una proprietà privata. Si tratta di un provvedimento che mette in serio pericolo la sopravvivenza di oltre il 20 per cento delle imprese balneari italiane. La strategia del Sindacato, malgrado l'appoggio del Vicepremier Francesco Rutelli e di iniziative specifiche condotte in tal senso dalla Concommercio/Confurismo, non è riuscita fino ad oggi a sortire l'effetto auspicato, tanto che numerosi stabilimenti balneari della Regione Lazio hanno già presentato un ricorso al TAR contro gli ordini

di introito dai quali emerge che l'imposta dei canoni demaniali, definiti in via provvisoria, sono ben 10 volte superiori a quelli versati lo scorso anno. Questo avrebbe come immediata conseguenza danni irreversibili alla categoria.

La situazione economica di molte aziende è già in difficoltà a causa di una stagione estiva 2007 caratterizzata da un segno negativo nella maggior parte delle regioni italiane. I bilanci delle imprese, poi, sono ormai chiusi ed un provvedimento del genere non permetterebbe di compensare, oggi, l'ulteriore perdita economica.

Questo tipo di iniziative sul piano giudiziale, poi, saranno certamente replicate da altre regioni proprio per assicurare una adeguata tutela al comparto balneare che pur svolgendo un ruolo primario e trainante nell'ambito del fenomeno turistico del Paese, rischia di subire un grave collasso con conseguenti perdite di posti di lavoro.