

Conferenza regionale sul turismo Destinazione Emilia-Romagna

Proposte del sistema camerale dell'Emilia-Romagna per la competitività del sistema turistico

Intervento di Carlo Alberto Roncarati
Presidente Unioncamere Emilia-Romagna

Modena, 29 novembre 2013

Il sistema camerale regionale condivide la proposta, avanzata dall'Assessore Melucci nella relazione introduttiva, di avviare una revisione dell'impianto della legge regionale n. 7 del 1998. L'Unioncamere Emilia-Romagna ha, da parte sua, iniziato a impostare insieme agli enti camerali una piattaforma di proposte per contribuire al dibattito sulla revisione della normativa regionale. Si tratta di proposte da tenere in considerazione da parte della Regione anche in vista della rinegoziazione del Protocollo quadriennale di collaborazione per la promozione turistica, in scadenza alla fine dell'anno.

Anche il Protocollo d'intesa quadriennale tra sistema camerale e Assessorato regionale al Turismo, rinnovato l'ultima volta nel luglio 2010, è da reimpostare introducendo importanti novità rispetto al passato. Si tratta della più rilevante partnership costruita con la Regione da parte del sistema camerale. Attraverso il Protocollo, il sistema camerale contribuisce a finanziare le attività di promocommercializzazione, soprattutto nei mercati internazionali, della società in house APT servizi, di cui il sistema camerale detiene il 49 per cento delle quote. Con un disegno pluriennale che garantisce la continuità degli interventi, Amministrazione regionale e sistema camerale hanno concretizzato sinergie gestionali e finanziarie per attuare interventi integrati con una logica di sistema.

La rinegoziazione del Protocollo va inquadrata nelle più generali riflessioni avviate dalla Regione per la rivisitazione dell'impianto generale di promozione turistica. La legge 7 ha

basato la propria impostazione innovativa sulla collaborazione tra settore pubblico e imprese private, stimulate ad aggregarsi per presidiare con più possibilità di successo il mercato nazionale ed internazionale. Ha stimolato in questi 15 anni la crescita di sistemi aggregati di imprese che, in molti casi, hanno proposto prodotti tematici innovativi. La partnership tra soggetti pubblici e privati deve rimanere anche per il sistema camerale l'asse fondante della riorganizzazione dell'offerta turistica regionale.

Ad avviso del sistema camerale, va dunque riconosciuto che la legge 7 ha retto alla prova dei fatti, è stata un modello di successo presa a riferimento da altre Regioni. Impostando modalità innovative di collaborazione tra soggetti pubblici e forze imprenditoriali, ha conferito un'impronta più spiccatamente imprenditoriale all'organizzazione del sistema turistico. Si è messa alle spalle la frammentazione a livello territoriale delle risorse e l'insufficiente coordinamento (se non la "competizione campanilistica") delle iniziative delle aziende di promozione operanti a livello provinciale.

Questo impianto normativo ha contribuito a consolidare la posizione di vertice del bacino turistico emiliano-romagnolo e a mantenere livelli significativi di capacità competitiva nella recente fase congiunturale molto negativa. Indubbi meriti per il raggiungimento di tali risultati vanno riconosciuti alla governance innovativa della legge 7, che ha ricercato il coordinamento delle azioni delle Unioni e dei Club di prodotto. La normativa del 1998 ha consentito di mettere a sistema le diverse realtà territoriali e imprenditoriali, valorizzandone le identità ed evitando allo stesso tempo la separatezza dei programmi pubblici di

promozione e delle azioni di commercializzazione dei privati. Il braccio operativo è diventato l'APT servizi, l'agenzia specializzata partecipata dalla Regione e dal sistema camerale per il coordinamento e l'attuazione delle strategie in materia di promozione turistica, sempre più da proiettare all'estero, in collaborazione con Enit e Agenzia ICE.

Questo impianto, al momento del varo assai innovativo, non deve essere stravolto. Ad esso si può fare tuttora riferimento, apportando i necessari aggiornamenti, se si vogliono impostare adeguate strategie di rilancio del settore, a livello sia regionale che nazionale. E' giusto, come propone l'Assessore Melucci, adottare logiche di area vasta, incentivando in più ampi ambiti territoriali aggregazioni **multiprodotto** tra operatori e offerte turistiche integrate.

Serve dunque anche per il sistema camerale un adeguamento, ma non uno stravolgimento dell'impianto della legge 7, tenendo conto in primo luogo dei mutamenti che in questi 15 anni sono intervenuti nel mercato turistico. Come sappiamo, nuove destinazioni si sono affermate nello scenario mondiale. Lo sviluppo dei flussi internazionali è trainato da aree emergenti dell'Asia, del Pacifico e del Medio Oriente, che viaggiano con sostenuti incrementi annui, mentre arrancano le destinazioni tradizionali. Di fronte alla **sfida del mercato turistico globale**, il vecchio continente è come un treno a vapore che si misura con i treni ad alta velocità. E noi, purtroppo, in Italia rischiamo di essere il vagone di coda.

Per un nuovo corso del turismo nel nostro Paese si deve disporre di un'offerta caratterizzata da una robusta

strutturazione organizzativa, una sorta di industria sostenibile in grado di intercettare le esigenze di una domanda sempre più sensibile a quel complesso di situazioni che determinano il livello di qualità della vita. Rispetto all'evoluzione della domanda internazionale, la nostra offerta turistica fatica a tenere il passo. Continua a disporre di un potenziale di attrazione dei flussi mondiali di domanda, poiché combina un formidabile patrimonio storico-artistico con una ricchezza di risorse naturali e ambientali di primissimo ordine e con una presenza imprenditoriale ricca e articolata. Ma il vantaggio competitivo del patrimonio storico di arte e cultura e il traino del made in Italy sono controbilanciati dall'inadeguato volume di investimenti nell'industria dell'ospitalità, decisamente inferiore alla media europea, elemento di freno per lo sviluppo del settore.

I poteri pubblici devono incoraggiare un salto di qualità del nostro sistema di offerta, sia a livello nazionale che regionale, costruendo un'organizzazione più efficace del vantaggio strutturale su cui l'Italia può ancora contare. I soggetti pubblici, in collaborazione con le forze imprenditoriali, devono impostare un **new deal del turismo**, per intercettare i nuovi flussi di domanda affluente che si vanno affermando nel mondo.

All'evoluzione quantitativa della domanda internazionale si accompagna un cambiamento qualitativo. Il turista chiede una **gamma diversificata di prodotti** e per dargli risposte serve un **approccio trasversale** nel territorio. Il turista non chiede più un singolo prodotto monotematico (solo mare o città d'arte ad esempio) ma ricerca un mix di

esperienze: salute, benessere, esplorazione del territorio, cultura, gastronomia, in sintesi esperienze piacevoli. Cresce l'interesse per quella che gli esperti catalogano come l'esperienza lunga del turista: la ricerca e la fruizione di soggiorni autentici, preceduta da una buona preparazione del viaggio e seguita dal prolungamento del ricordo e dalla condivisione con altri.

Oltre che dei mutamenti quali-quantitativi della domanda, nell'aggiornamento della legge 7 si dovrà tenere conto delle modifiche in gestazione nello scenario istituzionale. Il disegno di legge del Governo Letta sul riordino della governance territoriale, con la ventilata soppressione delle Province e l'istituzione delle Città metropolitane, determinerebbe un impatto rilevante nel modello turistico regionale. Modifiche vanno messe in conto di conseguenza nell'organizzazione pubblica, per affrontare l'impatto che potrebbe determinare la soppressione delle Province entro il 2014. Come sappiamo in Emilia-Romagna le Province gestiscono le risorse assegnate dalla Regione per la realizzazione dei Programmi Turistici di Promozione Locale (PTPL), utilizzate prevalentemente per finanziare l'attività degli uffici di informazione turistica (IAT). A fronte della ventilata soppressione degli enti provinciali, la Regione sarà chiamata dunque a reimpostare la tematica dei PTPL e degli IAT, adottando logiche di area vasta.

Per quanto concerne il ruolo delle Camere di Commercio, il sistema camerale è impegnato a collaborare con le istituzioni e con le associazioni di rappresentanza delle imprese per contribuire ad uscire dalla crisi strutturale in cui versa l'economia, partendo dall'adesione nel novembre 2011

al “Patto per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva”, promosso dalla Regione. In coerenza con l’adesione al Patto, il sistema camerale dell’Emilia-Romagna ha formulato proposte per una più efficace impostazione, per ambiti territorialmente omogenei, degli interventi per la competitività delle imprese, valorizzando i criteri di sussidiarietà, adeguatezza e specializzazione.

Sistematizzando collaborazioni a geometria variabile implementate nel corso degli anni, Unioncamere Emilia-Romagna ha impostato un Accordo quadro con la Regione e numerose intese con singoli Assessorati. L’ultimo in ordine di tempo è il Protocollo di collaborazione con l’Assessorato regionale all’Agricoltura per la promozione congiunta nei mercati esteri dei prodotti di qualità. Vengono valorizzati nel Protocollo appena sottoscritto gli indirizzi per integrare le iniziative di promozione all’estero dell’immagine turistica del territorio regionale, impostate da APT servizi, con quelle impostate congiuntamente dalla Regione e dal sistema camerale per la penetrazione nei mercati esteri dei prodotti agroalimentari di qualità.

Oltre a rivisitare tale impostazione nel nuovo Protocollo quadriennale per il turismo, il sistema camerale chiede di inserire tra le modifiche da apportare alla legge regionale l’inquadramento del peculiare ruolo degli enti camerali a servizio della competitività dell’offerta turistica. Tenendo conto dei risultati ottenuti sulla base del Protocollo di collaborazione sottoscritto a suo tempo con l’Assessore Pasi dal sistema camerale per estendere su grande scala le iniziative di promozione dei marchi di qualità, basati su standard internazionali di garanzia del livello di servizi

offerto ai clienti delle strutture ricettive ed extra-ricettive. Gli enti camerali hanno accompagnato un crescente numero di operatori turistici nel passaggio a una cultura della qualità, basata su standard validi a livello internazionale, come presupposto per la realizzazione di una più ampia politica di riqualificazione dell'offerta, creando un vero e proprio circuito d'eccellenza nelle località turistiche. Nella consapevolezza che queste azioni aiutano le aziende a proporsi in modo più efficace verso i mercati turistici internazionali e nazionali.

L'apporto della Camere di commercio in termini di attività di servizio, in coordinamento con il sistema imprenditoriale, può contribuire a nuove prospettive di sviluppo per le imprese, rafforzando logiche intersettoriali e integrate nel territorio e raccordando gli interventi per il turismo con quelli per la cultura e per l'internazionalizzazione dei prodotti di qualità regionali. Attraverso la rete di prossimità dei propri sportelli provinciali, gli enti camerali possono, in collaborazione con le associazioni, assolvere a compiti di servizio, assistenza e sensibilizzazione alle imprese per l'adeguamento e lo sviluppo della qualità turistica e per agevolare l'aggregazione tra operatori attraverso contratti di rete.

In conclusione, il sistema camerale propone che nel nuovo quadro normativo regionale gli sportelli camerali del turismo (punto di riferimento non per la domanda, ma per le imprese del comparto turistico e delle filiere connesse) vengano chiamati a offrire:

- servizi di supporto e orientamento alle imprese per accedere alle agevolazioni ed ai finanziamenti (nazionali ed europei);
- servizi per la facilitazione dell'accesso alle certificazioni di qualità, finalizzati al processo di qualificazione e formazione dell'offerta e, in particolare, per rafforzare il marchio di qualità Ospitalità Italiana con strategie di branding per stimolare le imprese certificate ad aggregarsi su temi/percorsi tematici,;
- servizi di mediazione, con tempi e costi assai ridotti, grazie alla reintroduzione da parte del Governo Letta della mediazione obbligatoria;
- servizi per l'individuazione degli asset delle economie territoriali, anche attraverso attività di analisi e monitoraggio specifica, per facilitare le aggregazioni di impresa e/o implementare servizi innovativi e informativi necessari per lo sviluppo turistico del territorio;
- servizi di supporto alle imprese per avviare una migliore commercializzazione dei prodotti turistici (tradizionali e on line).