

**Intervento Presidente Roberto Manzoni**

**CONFERENZA REGIONALE SUL TURISMO**

*Modena, 29 novembre 2013*

La lunga crisi economica che ha colpito pesantemente il nostro Paese e con gradi diversi l'economia internazionale dal 2008 ad oggi, non poteva non incidere in modo significativo anche su un settore chiave e determinante per l'economia dell'Emilia Romagna, come il turismo.

I notevoli risultati raggiunti dal sistema turistico dell'Emilia Romagna fino a pochi anni fa, sono messi a dura prova da tre fattori concomitanti:

- Diminuzione della capacità di spesa delle famiglie italiane e quindi flessione del mercato domestico;
- Aumento notevole dei costi di gestione delle imprese e della pressione fiscale che sta erodendo pesantemente la loro redditività e le sta mettendo in ginocchio (vedi IMU, TARES-TRISE, CUNEO FISCALE SUL LAVORO, UTENZE E COSTI GENERALI);
- Mancanza fino ad oggi di una politica turistica nazionale e dei relativi e adeguati investimenti promozionali capaci di fare da traino e di aumentare l'attrattività dell'Italia e delle sue destinazioni.

Nonostante il contesto complessivamente sfavorevole il turismo rimane un settore con forti potenzialità anche alla luce dei dati positivi sul gradimento del nostro Paese e delle nostre località, particolarmente per il turismo estero, rispetto al quale però occorre investire di più per intercettare concretamente questa domanda potenziale.

Basti pensare che secondo un recente studio Isnart sugli operatori dell'intermediazione organizzata internazionale, 7 su 10 dichiarano che l'Italia è la destinazione più richiesta dalla clientela nel mondo (poi vengono Francia, Spagna, Germania e Gran Bretagna); nonostante questo però solo 3 turisti su 10 acquistano effettivamente un viaggio in Italia.

Occorre quindi puntare di più sul turismo come asset strategico per l'economia italiana e capace di dare un contributo importante al rilancio economico dell'intero Paese (di cui abbiamo tanto bisogno).

Non è possibile che il turismo cresca del 3/4% all'anno a livello mondiale e il nostro Paese invece faccia registrare segni meno, viste le nostre potenzialità; occorre intervenire con urgenza e con misure concrete per invertire la tendenza a partire dall'imminente Decreto "Valore Turismo" che dovrebbe essere emanato a giorni dal Governo e sperando che mantenga fede agli annunci fatti dal Ministro Bray il mese scorso al TTG/TTI di Rimini.

A nostro avviso sono importanti soprattutto 3 aspetti:

- Potenziamento della promozione del marchio Italia dotando l'Enit di risorse adeguate a quelle dei nostri competitor a livello internazionale, che è l'unica strada per essere presenti nei mercati emergenti e più interessanti (ora siamo a livelli irrisori; solo 1,5 milioni di euro per la promozione a livello mondiale) e rilancio del "Portale Italia";
- Incentivi alle imprese per riqualificazione/innovazione delle strutture e per migliorare l'accesso al credito;
- Potenziamento delle infrastrutture di trasporto e di accessibilità alle destinazioni turistiche (vero e proprio gap rispetto ai Paesi concorrenti e anello debole della nostra filiera turistica);

e ancora questioni più specifiche:

- Modifica della normativa antincendio particolarmente onerosa per gli esercizi di piccole e media dimensione;
- Salvaguardia e certezza per gli operatori balneari soprattutto in riferimento alle aree sulle quali insistono strutture di servizio (tema che sarà oggetto di un intervento unitario della categoria proprio in questa sede);
- Semplificazione amministrativa, edilizia e paesaggistica per l'installazione di case mobili in campeggi e villaggi turistici;
- E annullamento di quella parte del recente "Decreto Cultura" (art. 4 bis) che di fatto mette in serio pericolo l'attività dei pubblici esercizi nei centri storici e nei luoghi di particolare interesse artistico, veri attrattori di turisti .

Ovviamente anche il mercato italiano necessita di molta attenzione e politiche adeguate, vista la flessione di questi ultimi anni, ma qui dipende soprattutto dalla forte e lunga crisi economica che ha inciso pesantemente sui consumi e sulla capacità di spesa delle famiglie (pochi giorni fa in proposito abbiamo presentato un'indagine come Confesercenti regionale commissionata a Nomisma che presenta dati pesanti) e proprio per questo occorre agire sulle leve di politica economica e fiscale generale:

- A partire dall'abbassamento della pressione fiscale sul lavoro, in modo da rilanciare i consumi e far ripartire l'economia: questo è il miglior antidoto al calo delle presenze relative al mercato domestico.

A livello regionale, nonostante le difficoltà del contesto, anzi proprio per questo, forti della nostra importante economia turistica (oltre 30.000 imprese tra ricettivo e ristorazione, oltre 1 milioni di posti letto e 48 milioni di presenze annue) occorre quindi continuare a credere e investire sul settore come stiamo già facendo, sia come sistema delle imprese, sia come sistema pubblico e cercando di migliorare ulteriormente la nostra azione per reggere la difficile competizione di mercato.

Ciò riguarda certamente la promozione, l'organizzazione turistica ma anche aspetti infrastrutturali importanti come quelli della mobilità e raggiungibilità delle destinazioni turistiche (per quanto di competenza a livello regionale e territoriale).

Riguardo alla promozione è sempre più importante un potenziamento delle azioni (come peraltro Apt sta facendo da tempo) in ambito web che vede, per quanto riguarda le prenotazioni (secondo un'indagine Confesercenti-Centro Studi Turistici) un continuo aumento; siamo in Emilia Romagna a quasi il 50% di prenotazioni pervenute alle strutture ricettive via web o e-mail.

**In questa logica è fondamentale continuare a sostenere l'investimento realizzato dalle associazioni sul portale [visitemiliaromagna.com](http://visitemiliaromagna.com) che deve diventare sempre più il riferimento per il booking on-line delle imprese di questa regione.**

Inoltre considerato il dibattito in merito alla proposta di modifica della L.R. 7/98 sull'organizzazione turistica regionale, premesso che la legge ha rappresentato un momento positivo di innovazione e crescita per tutto il sistema turistico regionale e, nel panorama nazionale, un punto di riferimento importante anche perché attraverso questa normativa è stata valorizzata la capacità innovativa delle imprese

private nonché quella degli enti pubblici preposti alla promozione, dopo 15 anni di attuazione, condividiamo la necessità di un aggiornamento in alcune sue parti in direzione di una maggiore integrazione tra prodotto e destinazione che non metta però in discussione alcuni punti capisaldi della legge stessa. Riteniamo dunque che la nuova proposta debba:

- garantire l'attenzione adeguata ai diversi prodotti turistici della nostra regione e non solo a quelli prevalenti (uno dei valori aggiunti più importanti della Lr7) unica strategia al fine di destagionalizzare
- salvaguardare e rafforzare il rapporto pubblico /privato con particolare attenzione al ruolo importante delle associazioni di categoria più rappresentative del settore turistico, nonché la valorizzazione delle stesse nell'ambito della governance che si andrà a definire;
- garantire la spinta all'aggregazione di impresa (a prescindere dalla dimensione o dalle mode ) attraverso i club di prodotto.
- garantire una adeguata opportunità di sviluppo turistico per tutte e tre le nuove DMC proposte per la nuova organizzazione del sistema turistico regionale.

Per quanto riguarda gli incentivi alle imprese sarebbe auspicabile a livello regionale un rifinanziamento delle L.R. 40 anche dei capitoli riguardanti la riqualificazione delle strutture ricettive, mentre prendiamo atto positivamente dell'aumento dell'impegno della Regione per quanto riguarda il sistema dei Confidi.

Sempre in tema di credito è divenuto oramai indispensabile un aggiornamento della L.R. 40 per quanto riguarda le modalità di erogazione dei contributi per la garanzia di credito, ampliando il raggio di intervento alla luce della mutata situazione economica.

Come al solito in questo paese, in ritardo si discute sulla nuova programmazione dei Fondi Strutturali Europei per il 2014/2020 ed è necessario inserire le imprese turistiche a pieno titolo nella programmazione regionale.

Anche la L.R. 7 sulle Agenzie di viaggi è in corso di aggiornamento ed è auspicabile che vengano attuate le indicazioni presenti nel Codice del Turismo, soprattutto per quanto riguarda le competenze attribuite alle agenzie di viaggi e la

regolamentazione delle attività di organizzazione di viaggi in forma non professionale, nonché delle Associazioni senza scopo di lucro, che non devono dar luogo ad attività abusive e di concorrenza sleale.

Come dicevo pochi giorni fa alla assemblea annuale Confesercenti dell'Emilia Romagna tema sempre più sentito e purtroppo vero , vedi i dati sulle operazioni delle forze dell'ordine, la consapevolezza della legalità

Come fare impresa senza legalità, che non è solo commercio abusivo ma anche infiltrazione, usura e riciclaggio, come il tessuto economico e sociale reagisce

La crisi aumenta i rischi, come aumentiamo le difese ?

Troppi pezzi di economia scivolano nell'illegalità o operano in sfregio delle norme e forzando norme esistenti, non troppo chiare : leggi da cambiare ed adattare ma poi fatte rispettare ( vedi ricettività o ristorazione irregolare)

Quando saremo in grado di passare dai progetti città sicure a progetti spiagge sicure?

Per quale motivo si deve assistere ad un duplice stato nello stato di diritto uno legale ed un altro totalmente illegale ma operante tutti i giorni , sempre più invasivo ed organizzato

E' in gioco la credibilità delle istituzioni e della politica incapace di riformare veramente il paese

Ho iniziato sottolineando il peso che il turismo ha per la ns economia ed il peso che all'interno del turismo ha il turismo balneare, il tema della difesa dell'ambiente , dell'arenile .....Come fare turismo senza spiagge ?

Ne parleranno di seguito i nostri imprenditori direttamente interessati.

Grazie

**Roberto Manzoni**

*Presidente regionale Confesercenti Emilia Romagna*