



Senato della Repubblica

XIX Legislatura

**9^a Commissione Industria, commercio, turismo,
agricoltura e produzione agroalimentare**

Documento di osservazioni e proposte

**Audizione sul Piano strategico di sviluppo
del turismo 2023-2027**

(Atto del Governo 39)

8 maggio 2023

Illustre Presidente, on.li Senatori,

Confartigianato ringrazia per l'opportunità di offrire il proprio contributo su un tema di grande attualità e di interesse per le imprese che la nostra Confederazione rappresenta.

Il ruolo dell'artigianato e della piccola impresa nella filiera turistica e ricettiva per il rilancio del Paese

Premessa

Il turismo, come è noto, non è un settore omogeneo, ma è un ecosistema in cui opera una filiera di imprese diversissime fra loro.

La piccola impresa turistico-ricettiva è un fattore competitivo per il Paese

La filiera turistica italiana è composta prevalentemente da imprese di piccola dimensione. La dimensione di tali imprese è stata e continua a essere erroneamente considerata un limite, quando invece è un fattore identitario, un valore unico che ha permesso al sistema turistico di sopravvivere attraversando crisi proprio grazie alla rapidità decisionale, alla flessibilità, alla creatività e all'attaccamento al territorio che le caratterizza. Le imprese artigiane della filiera turistica italiana sono le uniche in grado di offrire ai clienti un servizio personalizzato e non impattano negativamente sull'ambiente, rispettando gli equilibri delle località scelte dai turisti e mantenendone inalterata la bellezza del paesaggio.

Occorre generare un ripensamento complessivo della strutturazione del turismo in Italia a cominciare dall'organizzazione turistica nazionale, regionale e locale, oggi sbilanciata sulle attività di promozione, incentivando la capacità di fare rete, coinvolgendo tutti i soggetti della filiera, e infine promuovendo la Cultura dell'accoglienza.

Confartigianato ritiene che il tema del turismo debba essere affrontato avviando non solo attività di comunicazione, ma anche progetti che valorizzino le alleanze tra i soggetti, che diano luogo a prodotti di carattere, non banali e non *standard*, così da evitare gli effetti indesiderati dello sviluppo turistico spontaneo e incontrollato.

Auspichiamo che il Piano tenga conto anche della filiera allargata del turismo, che comprende imprese non direttamente turistiche, ma che contribuiscono all'ecosistema turistico.

Il *made in Italy* è finalmente riconosciuto come attrattore turistico

Esprimiamo un grande apprezzamento per l'attenzione che il Piano strategico dedica ai prodotti *made in Italy*.

Riteniamo di grande importanza per lo sviluppo del sistema turistico italiano avere dato una giusta considerazione alle produzioni artigianali. I prodotti *made in Italy* della moda, dell'artigianato artistico e dell'enogastronomia sono infatti un *asset* fondamentale della filiera turistica e per questo accogliamo con grande plauso che essi vengano inseriti in tutti i progetti di valorizzazione e promozione dei nostri territori.

Sappiamo, infatti, che il motivo di una visita in Italia è spesso proprio questo: scoprire da vicino i luoghi autentici del *made in Italy*, osservare come vengono realizzati i suoi prodotti, scoprire la tradizione e la cultura che li ha generati e vivere lo stile del luogo.

I prodotti *made in Italy* acquistati in Italia prolungano, attraverso il ricordo, l'esperienza di viaggio e costituiscono anche un volano per l'*export* perché fidelizzano i clienti, che anche una volta tornati nel loro Paese, continueranno a cercare i prodotti italiani.

Il ruolo dell'impresa a valore artigiano

L'artigianato di qualità contribuisce a creare il *genius loci* di ogni località e protegge le località dalla perdita di autenticità causata da fenomeni come l'*overtourism*.

Oggi molte località ricercate dai turisti stanno perdendo di autenticità. Le botteghe lasciano il posto a negozi di *souvenir* stereotipati, le abitazioni lasciano il posto a locazioni turistiche non sempre in regola e anche i ristoranti abbandonano la cucina locale per menù anonimi e standardizzati.

L'azione di Confartigianato Imprese ha lo scopo di rilanciare l'artigianato e tutto il territorio che lo contiene prima che il danno sia irreversibile, perché crediamo che la chiave del futuro del turismo sia nell'autenticità e nel benessere di tutta la comunità locale, fatta di imprese, turisti e residenti.

Prima ancora dell'emergenza creata dalla pandemia, Confartigianato ha scelto la via del turismo responsabile e diffuso, che promuove e preserva gli elementi di autenticità e identità dei nostri territori, scegliendo di valorizzare i nostri centri storici, i borghi e i piccoli Comuni di montagna e delle aree interne. Queste zone sono oggi laboratori di innovazione sociale, culturale e di buone prassi, e costituiscono il futuro del turismo italiano: un turismo che unisce qualità della vita e sostenibilità.

I turisti non devono sostituire i residenti

Il turismo va rivisto in una nuova chiave, che tenga conto della vivibilità dei territori e della qualità della vita dei residenti. L'obiettivo deve essere quello di attirare un turismo di qualità, in grado di contribuire allo sviluppo dei piccoli Comuni e dei centri storici, evitando di rincorrere i modelli di sviluppo che sfruttano all'estremo la ricettività locale come le monoculture turistiche che, alla lunga, fanno sparire i residenti, disgregano le reti sociali di vicinato e il tessuto imprenditoriale.

Anche le locazioni turistiche vanno regolate perché possano essere un efficace strumento di ospitalità all'interno di un equilibrio tra turisti e residenti. Se i centri storici perdono i residenti alla lunga sarà anche il turismo stesso a perdere attrattiva, perché nessun turista vuole andare in posti senza fascino né identità.

Il turismo dei borghi e dei piccoli Comuni

Per quanto riguarda il turismo nei borghi, nonostante i fondi del PNRR, dobbiamo purtroppo constatare che, anche per la necessità di accelerare i tempi, non c'è stata nei bandi proposti un'impostazione trasversale mirata a valorizzare il borgo nella sua interezza, compresi i servizi pubblici e privati, i trasporti e la mobilità.

Riteniamo che la strada da percorrere per rigenerare i borghi parta da un approccio trasversale, in questo senso l'esempio virtuoso da seguire è quello della Strategia Aree Interne, con in più un'implementazione del personale dei Comuni dedicato alla progettazione. La mancanza di tecnici è sempre stata, infatti, il limite che ha frenato la progettazione per partecipare a bandi e programmi di sviluppo.

Oggi la scarsità di personale qualificato nelle amministrazioni comunali crea il paradosso per cui, proprio dove vi è maggiore necessità, è più difficile partecipare a progetti finanziati e bandi.

Chiediamo quindi che il turismo nei borghi non sia più considerato una leva isolata di crescita, ma uno dei fattori che contribuiscono al loro sviluppo. Occorre creare un sistema di incentivi per le imprese artigiane situate nei piccoli centri.

Queste imprese, grazie alla piccola dimensione, sono estremamente flessibili e in grado di offrire un servizio altamente personalizzato ai clienti. Inoltre, sono naturalmente orientate alla sostenibilità e non hanno un impatto negativo sull'ambiente, rispettando la bellezza dei territori in cui sono ubicate.

È necessario innestare un processo di rigenerazione di queste aree che agevoli uno sviluppo sostenibile, favorendone il tessuto imprenditoriale che è anche alla base dei servizi privati.

Per raggiungere questo obiettivo serve un approccio intersettoriale che integri aspetti economici, sociali, ambientali, culturali e di innovazione, coinvolgendo anche le realtà del terzo settore e la cittadinanza.

Inoltre, l'artigianato non è soltanto parte del sistema produttivo, ma costituisce un fattore decisivo di coesione e di sviluppo per questi luoghi in quanto ne rappresenta i saperi, il capitale umano, il patrimonio materiale e immateriale.

Grande parte delle produzioni enogastronomiche artigianali di pregio apprezzate dai turisti nasce proprio dai piccoli centri. Su 297 tipicità (in totale, tra DOP e IGP), ben 268 coinvolgono i piccoli Comuni. Si tratta di prodotti di eccellenza unici al mondo.

Non tutti i tipi di turismo sono adatti ai borghi. Un turismo che può davvero valorizzare questi territori è il **turismo delle radici**. Si tratta di un nuovo fenomeno turistico che porta i visitatori a conoscere i luoghi dove loro stessi, o le loro famiglie sono nati o dove hanno vissuto fino a prima di emigrare.

Nella maggioranza dei casi le radici dei nostri emigranti italiani sono ubicate proprio in piccoli e piccolissimi Comuni, situati fuori dalle rotte classiche del turismo organizzato. Proprio per questo, il turismo delle radici può essere un volano per uno sviluppo turistico sostenibile dei piccoli centri.

All'interno di questo contesto, l'artigianato può svolgere la doppia funzione di elemento storico legato ai mestieri dei propri antenati, ma anche di eccellenza del *made in Italy* da portare con sé come autentico ricordo dell'esperienza del viaggio.

Il turismo enogastronomico e di prossimità

I prodotti enogastronomici sono a tutti gli effetti una fondamentale chiave di accesso per conoscere l'anima di un territorio.

La degustazione di prodotti non è un semplice atto di consumo. Ancorché piacevole, è una vera e propria esperienza. Assaggiare o acquistare prodotti enogastronomici artigianali è sempre di più un obiettivo dei turisti di oggi. Mangiare bene è sempre stato una componente essenziale di una vacanza, ma oggi sempre più spesso diviene lo scopo stesso del viaggio: un viaggio di scoperta dei cibi, dei territori e delle tradizioni che li hanno prodotti. Le tradizioni enogastronomiche di ogni territorio permettono di approfondire anche le vicende storiche e sociali di quel luogo, sono uniche e irripetibili e costituiscono parte del *genius loci* di un territorio.

Questo tipo di turismo è in costante crescita e non è stato fermato dalla pandemia (a parte i *lockdown* generali) **perché l'enogastronomia è alla base del turismo di prossimità**. Nel momento in cui è stato difficile o impossibile spostarsi lontano, c'è stata una crescita impressionante delle cosiddette "gite fuori porta" di una giornata, basate sempre su un pasto a base di prodotti tipici e sul loro acquisto. È inoltre esploso il cosiddetto "turismo dei borghi", che ha portato a riscoprire i piccoli centri dove degustare cibi autentici visitando posti pregevoli ma non affollati.

Confartigianato svolge un ruolo fondamentale nell'accompagnare gli imprenditori ad acquisire competenze nell'ambito del turismo enogastronomico, per poter valorizzare le peculiarità territoriali, stimolare gli operatori all'innovazione di proposte creative per il territorio, avere strumenti per progettare bandi sul tema o organizzare eventi *food&wine* che considerino i principali *trend* e le tendenze nel settore.

Auspichiamo che il Piano Strategico possa valorizzare il comparto del turismo di prossimità a partire dallo studio dei flussi, oggi poco studiati in quanto questo turismo spesso non prevede pernottamenti.