



**SENATO DELLA REPUBBLICA
COMMISSIONE X ATTIVITA' PRODUTTIVE**

**INDAGINE CONOSCITIVA
AUDIZIONE CONF TURISMO**

DOCUMENTO DA PORRE AGLI ATTI

ROMA 6 LUGLIO 2010

Buongiorno agli illustri senatori componenti della X Commissione e qui presenti, desidero esprimere un ringraziamento al Presidente della Commissione, Senatore Cursi, e a tutti voi per l'opportunità offerta di riflessione sul settore turismo in questo momento di crisi.

Che di crisi si debba parlare anche per il turismo è purtroppo evidente; i dati maturati finora, infatti, sono di assoluta gravità.

Andando, infatti, ad analizzare la situazione a chiusura dell'anno 2009 rispetto al 2008, gli alberghi italiani hanno fatto registrare **240,4 milioni di presenze** pari a **-4,5%** rispetto al 2008. I risultati sono frutto dell'**Osservatorio Turistico-Alberghiero** di **Federalberghi** realizzato su un campione di oltre 1.100 alberghi.

Nel dettaglio i **pernottamenti degli stranieri sono diminuiti del 6,4%**, passando a 103,4 milioni dai 110,5 milioni del 2008 e quelli degli **italiani sono diminuiti del 2,9%** passando dai 141,2 milioni del 2008 a 137 milioni nel 2009.

In più, ad aggravare una situazione già a tinte fosche, il **saldo attivo** della bilancia valutaria turistica ha registrato un **-12,9%**, passando dai **10,1 miliardi di Euro nel 2008 a 8,86 miliardi di Euro del 2009**, con gli **italiani** che hanno speso per vacanze all'estero **19,9 miliardi di Euro rispetto ai 20,9 miliardi del 2008** e gli **stranieri** che hanno speso in Italia **28,8 miliardi di Euro rispetto ai 31,1 miliardi di Euro del 2008**.

Tra le tipologie turistiche nessuna 'raggiunge' il segno positivo e nell'ordine delle perdite troviamo in testa le **località lacuali (-6,1%)** seguite dalle **località di montagna (-5,3%)**, quindi le **località d'affari** con un **-5,2%**, a loro volta le **città d'arte (-5%)**, **località di mare (-3,4%)** e le **località termali (-0,8%)**.

Per quanto riguarda il settore del **turismo organizzato**, quello che si evidenzia è che il mercato che esce dalla crisi del 2009 è profondamente trasformato. A soffrire principalmente è la domanda nazionale di prodotti di medio livello, con un buon rapporto prezzo/qualità, che era la spina dorsale del portafoglio vendite di tutti gli operatori italiani. Schivo anche il turista di lusso, che non perde potere d'acquisto ma teme di apparire

troppo e riduce quindi la spesa. Elemento da non sottovalutare in questo quadro è il surplus di offerta crocieristica, i cui meccanismi di formazione del prezzo non sono quelli della tradizionale industria turistica nazionale, a partire dal costo del personale. La domanda premia particolarmente prodotti di basso costo, che però hanno anche scarsa marginalità ed impatto risicato sulla creazione di valore aggiunto nazionale.

Entriamo ora nel dettaglio delle situazioni dei diversi comparti.

IL TURISMO ALBERGHIERO

In occasione del 60[^] anniversario della Federalberghi è stato elaborato con la Mercury il 6[^] rapporto sul turismo alberghiero, di cui lascio una copia agli atti della Commissione; bene dal **1950** (anno della costituzione della Federalberghi) il numero delle **strutture ricettive** è passato **da 20 mila ad oltre 34 mila unità**, quello dei **posti letto da 365 mila a poco più di 2,2 milioni** di oggi e le **camere da 216 mila nel 1950 a quasi 1,1 milioni** di oggi.

L'**Italia**, con le sue 1,1 milioni di **camere alberghiere è quarta nel mondo, dietro gli USA (4,6 milioni di camere), il Giappone (1,7 milioni) e la Cina (1,6 milioni).**

L'**Italia in Europa è prima per numero di camere** (1,1 milioni) e posti letto (2,2 milioni) sopravanzando la **Germania (920 mila camere e 1,7 milioni letti)**, la **Spagna (840 mila camere e 1,7 milioni letti)** e la **Francia (630 mila camere e 1,3 milioni letti).**

Il **tasso lordo di occupazione annua della camere** vede l'**Italia al 20°** posto in Europa con il 31,3% rispetto ad una media europea del 36,4%. Ci sopravanzano la Francia (44,1%), la Spagna (43,6%) e l'Austria (38,9%).

Insomma abbiamo troppe camere per le presenze che riusciamo a realizzare.

Dobbiamo quindi necessariamente incrementare i flussi turistici verso il nostro paese per migliorare il livello di occupazione delle nostre imprese e frenare il continuo rilascio di nuove licenze, concentrando tutte le risorse nella riqualificazione del parco alberghi esistente.

Quanto alle **presenze alberghiere** l'Italia è **seconda con 252 milioni** di pernottamenti, sopravanzata solo dalla **Spagna che registra 268 milioni** di pernottamenti alberghieri. Seguono a distanza la **Germania con 218 milioni** e la **Francia con 202 milioni** di pernottamenti.

In **Italia** le **presenze turistiche** annuali ammontano a **quasi 374 milioni (96 milioni di arrivi)**, di cui 252 milioni alberghiere (e 77 milioni di arrivi) e 122 milioni extralberghiere (ed oltre 18 milioni di arrivi).

Quasi il 60% della clientela è italiana, la restante è estera.

Il **31%** degli **alberghi** si trova in **località di mare**, il **19%** in **località d'arte** maggiori e minori, il **15%** in **località montane**, il **5%** in **località termali**, il **4,5%** in **località lacuali** ed il restante tra città d'affari, località collinari e religiose.

In Italia esistono complessivamente **tra alberghi, campeggi, villaggi, agriturismi, bed&breakfast ed alloggi in affitto oltre 140 mila strutture** con quasi **4,7 milioni di posti letto**.

I **consumi turistici** ammontano ogni **anno a quasi 100 miliardi di Euro** tra italiani e stranieri, un terzo dei quali imputabile agli **alberghi (33 miliardi di Euro)**.

IL TURISMO ORGANIZZATO

Per quanto riguarda questa componente due terzi della domanda di servizi turistici in Italia è costituita da Italiani. La domanda nazionale è dunque di gran lunga più importante per la nostra economia turistica – almeno in termini di numero di prenotazioni – rispetto a quella degli stranieri.

Anche valutando il sottoinsieme dei viaggi organizzati – circa **8 milioni di turisti** Italiani - l'Italia è la prima destinazione richiesta dai connazionali e da sola costituisce circa **il 20% delle vendite**, più dell'Egitto o della Spagna, che si attestano tra il 16 ed il 18%.

Un ultimo dato di contesto è quello della stagionalità: contrariamente alle altre destinazioni, circa il **60% della domanda di turismo** in Italia da parte degli Italiani si esaurisce nei mesi compresi tra **giugno e agosto**, ben oltre il **35%** che è invece il peso medio della domanda sul totale annuale in questi 3 mesi includendo tutte le altre destinazioni.

In sintesi quindi, la domanda di destinazioni nazionali da parte di turisti Italiani è il punto cardine della nostra economia del turismo in estate e da essa dipende in larga misura il risultato di tutto l'anno delle imprese.

Dopo un inverno discreto, soprattutto nell'ultima fase, ed un inizio di primavera positivo, **a partire da Pasqua è caduto il gelo sulle prenotazioni degli Italiani**. Solo il risveglio della domanda avvenuto non più di una settimana fa ci fa ipotizzare che si tratti di un ritardo e non di una effettiva caduta ma ciò non migliora più di tanto la situazione.

Alla fine di maggio – a stagione turistica già iniziata – **le prenotazioni dei connazionali** si attestavano intorno **al -18%** rispetto allo stesso periodo **del 2009** con punte **del -22%** proprio per la destinazione Italia. In questo preciso momento il mercato sta cominciando a reagire bene ma – anche ammesso che le perdite si riducano sensibilmente – ci domandiamo con quale liquidità e solidità economica si presenteranno le imprese a fine stagione, dopo avere perso buona parte delle vendite di Giugno e incassato con notevole ritardo gli importi delle prenotazioni di Luglio ed Agosto?

Imprese che, vale ripeterlo, escono già stremate dalla crisi del 2009, dalla stretta creditizia che ha notevolmente ridotto le loro capacità di assumere impegni per la stagione in corso e la prossima stagione invernale ed anche dalle perdite maturate ad aprile per l'evento della nube vulcanica e la chiusura degli spazi aerei, quantificabili queste ultime in circa 70 milioni di Euro.

Sul versante della domanda estera si registra invece qualche segno positivo.

L'Italia è geograficamente posta nel centro del cuore del turismo mondiale, l'Europa centro-mediterranea. Gli Europei da soli coprono **circa il 90%** dei nostri **arrivi internazionali** e quasi **l'80% della spesa turistica estera nel nostro Paese**. Per quel terzo dell'economia turistica italiana che dipende dalla domanda estera ancora oggi non ci

sono prospettive quando il centro Europa è in crisi e ce ne siamo ben accorti lo scorso anno. Il nostro cliente numero uno ha un nome ben preciso, si chiama Germania.

Per fortuna l'economia del centro e nord Europa vive attualmente una fase di ripresa dalla crisi, anche se non sappiamo quanto durevole: i primi dati dell'osservatorio dei tour operator ricettivisti italiani segnano rispetto all'estate scorsa **un +3% di arrivi dalla Germania**, incrementi interessanti **dalla Francia** e dalla **Scandinavia**, ancora crisi in Russia i cui operatori hanno però fiducia nella nostra destinazione ed hanno confermato il più possibile i loro impegni rispetto allo scorso anno, **crollo di Belgio e Olanda** che però, in virtù di numeri abbastanza esigui, non dovrebbero colpirci più di tanto tranne che nelle aree dei laghi del nord, dove invece saranno dolori.

Si arresta, almeno per ora, il trend positivissimo che aveva visto crescere a dismisura gli **arrivi dalla Spagna negli ultimi 5 anni**. Ripartono un po' gli Stati Uniti, che però potranno avvantaggiarsi appieno del rafforzamento del Dollaro solo a partire dalla prossima stagione (i prezzi dell'estate – almeno quelli dei viaggi di gruppo – sono già stati fatti e pubblicati) mentre scontano da subito il caro carburante e l'incremento conseguente dei costi del volo intercontinentale.

Buone notizie dall'Australia e dal Brasile, ma sono numeri piccoli: stabilmente al ribasso Giapponesi e Coreani.

Per reagire alla contrazione del mercato nazionale l'Italia deve avere il coraggio di porre in essere una seria politica fiscale di sostegno alla domanda ed alle imprese: ad esempio uno specifico credito d'imposta, da utilizzare per ridurre l'IRPEF netta, a favore dei cittadini che acquistano pacchetti e servizi turistici per una vacanza in Italia. Una riduzione dell'IVA sui pacchetti e servizi turistici – ad esempio con la cosiddetta "ventilazione dell'imposta" sui servizi componenti usufruiti nella Comunità, che farebbe aumentare sensibilmente i volumi di vendita degli operatori del settore realizzando un incremento di gettito. L'eliminazione di tributi locali che appesantiscono gli adempimenti delle imprese e aumentano ingiustificatamente la pressione fiscale, come ad esempio l'imposta sulla pubblicità e sulle insegne.

In generale è il tema della semplificazione e della razionalizzazione delle disposizioni normative e regolamentari che dovrebbe essere al centro dell'attenzione per ridurre, e soprattutto semplificare, gli adempimenti burocratici delle imprese.

IL TURISMO DEL DIVERTIMENTO E DELLA RISTORAZIONE

I consumi nei pubblici esercizi hanno subito una flessione del **-2,5%** per un valore di circa **1,4 miliardi euro** al netto dell'inflazione.

Una perdita che equivale al fatturato aggregato di più di **ottomila imprese**, tanto per dare le dimensioni del fenomeno. Ma le imprese che hanno realmente cessato l'attività sono state, nel 2009, oltre 22mila, ben più di quelle che, al contrario, l'attività l'hanno avviata cosicché il saldo negativo ammonta a circa 2.000 unità. Un dato "storico" per i pubblici esercizi in Italia. L'impressionante turnover imprenditoriale è l'evidenza più forte della fragilità del settore a cui si deve aggiungere il massiccio ingresso di imprenditoria extra-comunitaria (nelle grandi aree urbane quasi una nuova impresa su due ha un titolare straniero) che rischia di cambiare profondamente le caratteristiche del nostro modello di offerta sia in termini di prodotto/servizio che di qualità.

In termini occupazionali il settore ha perso in un solo anno **16.200 posti di lavoro** più di quanti ne abbia persi l'industria dei trasporti o l'industria tessile. La perdita dell'occupazione si concentra quasi totalmente tra i lavoratori indipendenti (**-13.500 unità**), mentre la flessione del lavoro dipendente è stata contenuta in circa **2.700 unità**. Il 2009 interrompe una striscia positiva di incrementi occupazionali che durava dal 1999. L'esaurimento della capacità della ristorazione, ma più in generale dell'intero terziario di mercato, di creare nuovi posti di lavoro, magari anche assorbendo lavoratori espulsi da altri settori di attività, costituisce una seria ipoteca sulle prospettive di tenuta e crescita dei livelli occupazionali del Paese.

Il valore aggiunto di settore è diminuito dell'**1,2%** pari ad una perdita di **340 milioni di euro** generando un ulteriore indebolimento della produttività del settore pari a mezzo punto percentuale.

Il settore continua a scontare alcune specifiche problematiche che rischiano di aggravare ulteriormente un quadro congiunturale difficile.

L'applicazione della direttiva servizi sta avvenendo in un quadro di forte incertezza riguardo all'attribuzione di ruoli e competenze di Stato e Regioni.

Da una parte lo Stato con gli art. 84 e 64 del D.lgs n. 59/2010, dall'altra le Regioni con il convincimento che della propria normativa vada disapplicata esclusivamente quella parte in contrasto con la Direttiva Servizi.

La Fipe è seriamente preoccupata in questa fase di transizione successiva all'entrata in vigore della Direttiva Servizi il disorientamento generalizzato dei Comuni nella gestione delle licenze con il pericolo di una proliferazione "fuori controllo" di esercizi (con conseguenti ricadute negative sulla "vivibilità" delle aree a più alta densità di esercizi), ovvero con il diffondersi del contenzioso amministrativo.

Tutto questo mentre ci si avvia verso il cuore di una stagione estiva che rischia di sovraalimentare la conflittualità tra consumatori e cittadini sollecitando interventi degli amministratori nel vano tentativo di mettere un freno alla cosiddetta movida.

Il provvedimento che limita alle ore 2.00 l'orario di somministrazione di bevande alcoliche nelle discoteche ha avuto pesanti effetti sull'attività delle imprese in considerazione del fatto che non è facile modificare per via normativa i comportamenti delle persone. Il provvedimento ha consentito lo sviluppo di forme alternative, e anche improvvisate, di offerta, spesso a ridosso degli stessi locali da ballo. Insomma oltre al danno la beffa. In altri casi i clienti hanno preferito altri luoghi dove trascorrere la serata.

Le modifiche al codice della strada attualmente in discussione dovrebbero migliorare il quadro anche se sul settore resta la pesante ipoteca di un assioma che lega le discoteche alla mortalità per incidente stradale.

Sul fronte del demanio restano aperte troppe questioni che non aiutano il turismo italiano. Giova ricordare che nei mesi estivi una presenza su due riguarda il turismo balneare e i servizi garantiti dagli stabilimenti sono generalmente apprezzati dai turisti italiani e stranieri.

La messa all'asta delle concessioni demaniali non servirà a migliorare i servizi, né ad abbassare i prezzi. Al contempo migliaia di imprese sono a rischio di revoca del titolo o non rinnovo del medesimo con la prospettiva di dover rinunciare alla concessione per l'aumento fuori misura dei canoni.

Il federalismo demaniale apre questioni nuove che devono essere risolte con urgenza ed equità per dare al settore le necessarie certezze sul futuro.

IL TURISMO ALL'ARIA APERTA

Per quanto riguarda il settore del **turismo all'aria aperta con circa otto milioni** di ospiti per **oltre sessantacinque milioni di presenze** l'open air si conferma come una realtà importante, dinamica e suscettibile di sviluppo.

In ogni caso le ultime tre stagioni (2007-2008-2009) hanno fatto registrare una **flessione media** della domanda nell'ordine del **3% circa su scala nazionale**.

Tra le principali ragioni di crisi, oltre alla congiuntura economica negativa, si registrano: **la forte concorrenza di mercati emersi o emergenti** (quali Spagna, Croazia e Grecia) ed una inadeguatezza delle aziende italiane a soddisfare le nuove istanze della clientela.

Queste concause di crisi sono, evidentemente, tra loro connesse e radicano la loro natura nella struttura stessa del sistema di offerta dell'open air nazionale.

Infatti, delle oltre **2500 imprese che con 1,3 milioni di posti letto** offerti operano nel settore, poco meno di un terzo sono attrezzate per accogliere i nuovi flussi di domanda che investono il settore.

Le istanze poste da questa tipologia di utenza sono sostanzialmente tre: confort, convenienza, contatto con la natura.

Per soddisfare queste istanze le imprese devono adeguare la loro offerta passando ad una proposta di ospitalità più ricca, articolata, flessibile, mantenendo tariffe accessibili.

Inoltre, la trasformazione della società italiana verificatasi negli ultimi anni ha comportato anche notevoli modificazioni nel significato e nel modo di “far vacanza”, sia per l’espansione del numero degli utenti sia per la scoperta di forme di turismo e di ricettività alternative a quella classica e più rispondenti alle nuove necessità

IL CONTESTO INTORNO ALLE IMPRESE

Ma turismo non significa solo e necessariamente attività ricettiva e servizi turistici: turismo sono i trasporti, turismo sono i musei, turismo è l’immagine che un paese dà di se stesso, della qualità della vita dei propri abitanti.

Allora adesso forse possiamo comprendere di più il perché della battuta d’arresto del nostro Paese.

Le nostre infrastrutture sono arretrate.

Solo da qualche mese l’alta velocità copre la dorsale appenninica unendo non l’intero paese, ma solo alcune città: ancora oggi, come per Carlo Levi, Cristo si è fermato ad Eboli.

Le nostre maggiori città, poi, non hanno un trasporto pubblico comparabile a quello delle corrispondenti città straniere: le tre linee di metropolitana di Milano sono appena sufficienti, le due di Roma sono ampiamente insufficienti.

Parigi ha 14 linee di metropolitana. Madrid 12. e Barcellona 6.

Inoltre: a cosa serve avere il patrimonio artistico più grande del mondo quando questo patrimonio è largamente non fruibile e, in alcuni non rari casi, in stato di totale degrado?

Quanti musei rimangono chiusi nei giorni di maggiore affluenza turistica?

Quanti siti archeologici, patrimoni di incommensurabile valore, come Pompei, sono lasciati all'incuria criminale?

Questo è lo stato delle nostre infrastrutture alle soglie di due grandi eventi che possono – e debbono – influire positivamente sulla nostra economia: l'Expo di Milano 2015 e la candidatura olimpica di Roma 2020.

LA PROMOZIONE

Ed anche il sistema della promozione non risponde appieno alle esigenze di una concorrenza sempre più agguerrita sui mercati internazionali.

Inoltre l'Enit, o meglio l'Agenzia Nazionale per il Turismo, che rappresenta l'Organo deputato a questa funzione ed inoltre luogo in cui siedono allo stesso tavolo autorità centrale, regioni, enti locali ed imprese, è da molto tempo in gestione commissariale; e questo nonostante le modifiche allo statuto siano state effettuate ed i tempi previsti dalla legge per il riavvio del Consiglio di amministrazione da tempo superati.

Eppure, nonostante tutto, crediamo che il marchio Italia rappresenti un asso nella manica che può aiutarci a vincere la partita della competizione in Europa.

Da tempo noi proponiamo di ottimizzare le risorse della promozione dell'immagine dell'Italia attraverso un accordo con ICE e pensiamo che, anche nell'ottica di razionalizzazione e risparmio dell'ultima manovra economica, questa idea andrebbe analizzata con maggiore attenzione.

Un'altra questione che in tema di promozione è quella relativa alla mancanza di coordinamento tra promozione ed accoglienza sul territorio.

Crediamo che anche qui sia il caso di individuare una tipologia ed un marchio unico delle Apt, lat, ecc. ecc. che dovrebbe essere immediatamente riconoscibile e uniforme su tutto il territorio.

Sottolineo, nuovamente, che le parole d'ordine in questo campo sono **rigore nella spesa, più coordinamento** delle iniziative e **un maggior ricorso al marchio Italia** che è più facilmente comprensibile e memorizzabile dal turista straniero.

LE PROBLEMATICHE DEL SETTORE

Una riflessione a parte, illustri senatori, merita la **questione fiscale**.

La crescita della tassazione delle attività produttive per finanziare una amministrazione che raramente riesce a fornire ai cittadini ed alle imprese un servizio all'altezza degli standard europei rappresenta, nel nostro Paese, purtroppo un fenomeno che ha caratterizzato l'ultimo trentennio.

Occorre, in generale, **ridurre le tasse sulle imprese**, abbassando **il costo del lavoro** ed iniziando a togliere la componente stessa del costo del lavoro dall'IRAP.

Questa esigenza è particolarmente avvertita in un settore, come il turismo, dove il **costo del lavoro, il più alto in Europa**, rappresenta la componente più importante dei costi d'azienda.

Noi diamo occupazione in Italia, non possiamo essere penalizzati per questo.

Ma il fronte fiscale è pieno di altre insidie per le imprese turistiche.

E' ormai noto a tutti il differenziale di imposizione indiretta che penalizza le nostre strutture nei confronti di **Francia, Spagna, Grecia** ed oggi anche **Germania**. In Francia l'IVA sulle prestazioni alberghiere è da tempo pari **al 5, 5% e al 7% in Spagna** rispetto al **10%** applicato nel nostro paese; inoltre dal 1 luglio 2009 la Francia ha anche abbassato la propria aliquota Iva sulla ristorazione **dal 19,5 % al 5,5%**, ma anche la rigorosa Germania ha effettuato un intervento in sintonia con questi e a partire dal 1 gennaio 2010 ha portato l'Iva sugli alberghi **dal 19% al 7%**.

Infatti, al contrario da quanto spesso sostenuto dai vertici dei nostri Ministeri competenti, la recente adozione da parte del Consiglio dell'Unione Europea delle modifiche alla direttiva 2006/112/CE in merito alla aliquote ridotte dell' IVA (direttiva 2009/47/CE del 5 maggio 2009), permette agli stati membri di poter abbassare i tassi agevolati alla soglia massima del 5% per i settori ad alta intensità di lavoro, aprendo una

nuova prospettiva di azioni in questa direzione, e riconducendo in capo agli Stati membri la possibilità di adottare tassi di Iva inferiore.

Quindi qualcosa si può fare in questo campo e se anche la Germania è intervenuta in questa direzione si possono trovare gli strumenti compensativi al gettito perso credo che anche la riduzione sarebbe un segnale preciso per gli imprenditori di questo settore.

E invece il nostro Paese continua a percorrere strade sterrate, mentre gli altri vanno in autostrada, come commentare, diversamente, la reintroduzione, sia pure per ora prevista solo per Roma, della famosa tassa di soggiorno, che oltre ad alzare il costo finale del pernottamento (si vocifera di una quota fino a 10 euro) trasforma l'albergatore in un sostituto d'imposta, come non avessimo abbastanza incombenze nella gestione delle nostre imprese. Per non parlare dello stillicidio di incrementi delle cosiddette "tasse aeroportuali", una prassi – quella di aumentarle continuamente e con preavvisi di poche settimane - diventata ormai talmente normale che non fa più neanche notizia ma che sempre più pesa eccome sulle scelte di destinazione dei turisti.

Si tratta di un ulteriore fardello che si ripercuote gravemente sulla competitività del turismo italiano.

Come possiamo meravigliarci della mancanza di competitività della nostra offerta turistica se essa è condizionata da scelte fiscali che penalizzano il nostro settore?

E come non possiamo pensare che sull'esempio di Roma altri Comuni siano già ai nastri di partenza e pretenderanno anch'essi di avere la loro brava tassa, riuscendo così nel "miracolo" di resuscitare un'imposta cacciata via nel 1989 a furor di popolo.

Si tratterebbe in verità di una inutile gabella per far fronte alle spese correnti nell'illusione che queste ultime possano essere minimamente produttive.

Inoltre, un grave vulnus al settore viene dalla particolare situazione del mercato nazionale dei servizi primari: in Italia i costi di acqua, gas ed energia sono i più cari d'Europa.

In proposito riteniamo strategico eliminare le fasce penalizzanti sulle tariffe di acqua, gas ed energia ed istituire una tariffa unica, uguale a quella dell'industria, qualunque sia il consumo.

Un provvedimento in tal senso inteso significherebbe eliminare la penale a tutte quelle aziende che hanno dei picchi di consumi nella stagione dei gruppi e nel contempo incoraggiare l'attività dei gestori che intendono avviare programmi di destagionalizzazione (attualmente le "fasce" rappresentano l'ostacolo principale per programmare una attività fuori dall'alta stagione).

Sempre in materia di energia riteniamo opportuno incentivare l'autoproduzione, anche solo parziale, di energia attraverso l'installazione di pannelli fotovoltaici all'interno delle aziende.

E' inoltre necessario incentivare la diffusione della cultura della qualità nelle imprese, nell'ottica di una maggiore qualificazione dell'offerta e del patrimonio ricettivo, ed in linea con gli indirizzi Comunitari sulla normativa ISO recepita in Italia come UNI.

Inoltre, è prioritario che il Governo centrale solleciti i Comuni nel provvedere ad adeguare i propri strumenti urbanistici con la previsione nella disciplina urbanistico-edilizia (piani regolatori) di destinare specifiche aree alla creazione di complessi turistico ricettivi all'aria aperta, magari prevedendo che in futuro i Comuni non possono né adottare né approvare strumenti urbanistici comunali che non contemplino l'inserimento dei complessi ricettivi all'aperto.

CONCLUSIONI

Ci attendono tempi duri.

Gli alberghi italiani hanno chiuso il **2009** con una perdita di presenze del **4, 5%** rispetto al 2008.

Stiamo parlando di **11 milioni di pernottamenti**, in prevalenza di turisti stranieri.

E si è purtroppo ridotto anche il saldo attivo della bilancia valutaria turistica che ha registrato **un -12, 9%**, passando da **10 miliardi e centomilioni di Euro nel 2008** a **8 miliardi e 860 milioni di Euro del 2009**.

Questi dati dovrebbero richiamare ad una maggiore attenzione da parte del governo e comunque nel momento in cui si compiono le scelte di politica economica; il saldo attivo della bilancia dei pagamenti assicurato da questo settore ha contribuito, in questi anni, a compensare lo squilibrio provocato dagli altri settori che hanno sempre ricevuto più attenzioni.

L'economia italiana oggi è profondamente cambiata, non è più solo auto, non è più solo chimica, non è più solo elettrodomestici.....è soprattutto servizi, settore al cui centro è posto il turismo che attiva nei territori migliaia di imprese, che dà lavoro ai giovani e alle donne, che dà respiro e fiato alle economie territoriali del nostro Paese segnate dalla crisi dell'industria tradizionale.

Forti di questa consapevolezza, cerchiamo di guardare avanti con fiducia nella sfida che dovremo vincere tutti insieme.

Lo stato della finanza pubblica necessita oculatezza e prudenza di gestione.

Per questo apprezziamo il lavoro svolto dal Governo nel delineare una manovra che va nella giusta direzione di tagliare la spesa improduttiva.

Bisogna però essere virtuosi sia al centro che in periferia.

Non è possibile tagliare i trasferimenti agli enti locali e poi invitarli a rivalersi sui cittadini e sulle imprese.

Infine, occorre affiancare la crescita al rigore.

Occorre stimolare la crescita economica ed incentivare la creazione di nuovi posti di lavoro.