



Giunte e Commissioni

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 17

10^a COMMISSIONE PERMANENTE (Industria,
commercio, turismo)

COMUNICAZIONI DEL MINISTRO PER GLI AFFARI
REGIONALI, IL TURISMO E LO SPORT PIERO GNUDI
SULLE LINEE PROGRAMMATICHE DEL SUO DICASTERO

260^a seduta: mercoledì 18 gennaio 2012

Presidenza del presidente CURSI

I N D I C E**Comunicazioni del ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport Piero Gnudi
sulle linee programmatiche del suo Dicastero**

* PRESIDENTE	<i>Pag. 3, 8, 16 e passim</i>
* ARMATO (PD)	10
* BUGNANO (IdV)	12
* FIORONI (PD)	11
GERMONTANI (Per il Terzo Polo: ApI-FLI)	20
GNUDI, ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport	3, 7, 21 e passim
GRANAIOLA (PD)	9
MARAVENTANO (LNP)	7
* MUSSO (UDC-SVP-AUT:UV-MAIE-VN-MRE-PLI-PSI)	18
SANGALLI (PD)	16, 22
STRANO (Per il Terzo Polo: ApI-FLI)	14, 16, 24

N.B. L'asterisco accanto al nome riportato nell'indice della seduta indica che gli interventi sono stati rivisti dagli oratori.

Sigle dei Gruppi parlamentari: Coesione Nazionale-Io Sud-Forza del Sud: CN-Io Sud-FS; Italia dei Valori: IdV; Il Popolo della Libertà: PdL; Lega Nord Padania: LNP; Partito Democratico: PD; Per il Terzo Polo (ApI-FLI): Per il Terzo Polo (ApI-FLI); Unione di Centro, SVP e Autonomie (Union Valdôtaine, MAIE, Verso Nord, Movimento Repubblicani Europei, Partito Liberale Italiano, Partito Socialista Italiano): UDC-SVP-AUT:UV-MAIE-VN-MRE-PLI-PSI; Misto: Misto; Misto-MPA-Movimento per le Autonomie-Alleati per il Sud: Misto-MPA-AS; Misto-Partecipazione Democratica: Misto-ParDem; Misto-Partito Repubblicano Italiano: Misto-P.R.I.

*Interviene il ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport
Piero Gnudi.*

I lavori hanno inizio alle ore 14,45.

PROCEDURE INFORMATIVE

**Comunicazioni del ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport Piero Gnudi
sulle linee programmatiche del suo Dicastero**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca le comunicazioni del Ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport sulle linee programmatiche del suo Dicastero.

Comunico che, ai sensi dell'articolo 33, comma 4, del Regolamento, è stata chiesta sia l'attivazione dell'impianto audiovisivo a circuito chiuso sia la trasmissione radiofonica, nonché la trasmissione attraverso il canale satellitare e la *web-TV* e che la Presidenza del Senato ha già preventivamente fatto conoscere il proprio assenso. Se non si fanno osservazioni, tale forma di pubblicità è dunque adottata per il seguito dei lavori.

Ringrazio il ministro Gnudi per aver accettato il nostro invito e gli lascio immediatamente la parola.

GNUDI, *ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport*. Sono io a ringraziare la Commissione per l'invito.

Innanzitutto desidero esprimere, a nome del Governo e mio personale, il cordoglio per le vittime del naufragio all'Isola del Giglio e un sentito ringraziamento rivolto a tutti coloro che hanno contribuito e stanno ancora contribuendo alle difficili e rischiose operazioni di ricerca, soccorso e messa in sicurezza della nave. È una tragedia che ha dell'incredibile per la leggerezza con cui è stata messa a rischio la vita delle persone, soprattutto se consideriamo che si tratta di una delle modalità di trasporto turistico più sicure, che ha fatto transitare nei porti quasi 10 milioni di passeggeri nel solo 2010. È veramente inspiegabile la leggerezza con cui è stata messa a repentaglio la vita di migliaia di persone senza un minimo di attenzione. La mia preoccupazione è che ora prevalga il terrore nei confronti delle crociere, che rappresentano una buona fetta del nostro turismo. È un timore assolutamente ingiustificato, in quanto tra tutti i mezzi di trasporto quello via nave è il più sicuro. Speriamo di riuscire a trasferire all'esterno questo ragionamento e che la gente continui ad utilizzare le navi.

Per quanto riguarda la situazione del turismo italiano, la dimensione del mercato mondiale del turismo negli ultimi dieci anni è quasi raddoppiata. Il valore del solo turismo internazionale è stimato dall'Organizza-

zione mondiale del turismo (UNWTO) in 851 miliardi di dollari nel 2009. È una crescita imponente, dovuta ad una molteplicità di fattori, prevalentemente dall'apertura di nuovi mercati.

In tale contesto l'Italia è uno dei Paesi protagonisti, il quinto al mondo per presenze di turisti stranieri. Negli ultimi dieci anni questo segmento è cresciuto del 20 per cento, fino a raggiungere nel 2010 oltre 160 milioni di pernottamenti, per un valore di circa 30 miliardi di euro.

Il contributo complessivo del turismo al PIL italiano nel 2010 è stato pari ad oltre il 13 per cento, con 3,3 milioni di posti di lavoro (il 13,9 per cento dell'occupazione totale nazionale).

Il risultato complessivamente positivo del 2010 è stato determinato essenzialmente dalla crescita delle presenze della clientela straniera, che ha compensato la dinamica negativa della clientela nazionale. Le notti trascorse dagli italiani negli esercizi ricettivi nel 2010 si sono ridotte di quasi un milione rispetto all'anno precedente, attestandosi a circa 210 milioni. Le presenze degli stranieri invece sono cresciute di 5,7 milioni rispetto al 2009, passando a 165 milioni di notti.

I dati provvisori relativi ai primi sette mesi del 2011 descrivono una crescita complessiva più elevata sia in termini di arrivi che di presenze. Sono gli stranieri a fare da traino alla ripresa del settore. Ciò conferma l'attrattività del *brand* Italia sui mercati internazionali. C'è stato un aumento dell'11,9 per cento negli arrivi e del 5 per cento nelle presenze.

Se è vero che il settore continua a crescere, è altrettanto vero che la nostra quota di mercato tende a diminuire (sto parlando delle quote di mercato, vale a dire del totale della spesa turistica del mondo). Infatti essa è calata in dieci anni dal 6,1 per cento al 4,5, mentre in Spagna si è ridotta dal 6,8 al 6 per cento e in Francia dal 6,8 al 5,5 per cento. Nei prossimi dieci anni, secondo le stime dell'UNWTO, il fatturato del turismo dovrebbe passare da 800 a 1.400 miliardi di dollari. Gli Stati Uniti e la Germania, che nel 2000 rappresentavano insieme il 36 per cento della spesa complessiva di turisti all'estero, scenderanno all'8,7 per cento, mentre la Cina – che aveva percentuali insignificanti nel 2000 – passerà al 16 per cento nel 2020.

Secondo i dati diffusi dall'Accademia cinese del turismo, nel 2010 hanno trascorso le vacanze all'estero 54 milioni di cinesi; si stima che nel 2015 i turisti cinesi che andranno all'estero potrebbero diventare 130 milioni, con un giro d'affari complessivo di 110 miliardi di euro.

Il nostro Paese ha tutte le caratteristiche per poter intercettare una quota consistente di questa nuova domanda turistica grazie al suo ineguagliabile patrimonio culturale, artistico, paesaggistico e territoriale, sostenuto da un'offerta ricettiva capillare e differenziata.

In questa prospettiva il turismo può essere uno dei pilastri su cui fondare la ripresa economica del nostro Paese se solo si potranno e sapranno rimuovere alcune barriere strutturali e infrastrutturali che oggi limitano la competitività del settore.

Nell'arco dei prossimi dieci anni, infatti, il turismo e il suo indotto potranno creare 1,6 milioni di nuovi posti di lavoro e contribuire al PIL in misura del 18 per cento contro l'attuale 13 per cento.

Gli ostacoli alla crescita sono ben noti: il grave *deficit* infrastrutturale (in Italia da circa 20 anni non si fanno opere pubbliche); la dimensione ridotta della grande maggioranza delle imprese turistiche, particolarmente del comparto alberghiero (abbiamo alberghi piccoli e anche piuttosto vetusti); il livello di formazione inadeguato degli addetti (la percentuale di operatori con titoli di studio di livello superiore o universitario è pari al 17 per cento, rispetto al 35 per cento dei nostri concorrenti); l'accentuata stagionalità (il nostro è uno dei Paesi con più accentuati problemi di carattere stagionale), che implica inefficiente utilizzo del patrimonio ricettivo, problemi economici e di stabilità reddituale, con forme di occupazione stagionale o precaria che incide negativamente sul livello professionale degli operatori; l'assenza di una grande catena italiana alberghiera e di grandi *tour operator* (i nostri *tour operator* sono di dimensioni medio-piccole e in genere al servizio di turisti che vanno all'estero); la compagnia di bandiera che ha vissuto i problemi che voi tutti ben conoscete e che purtroppo è collegata con poche destinazioni internazionali.

Per affrontare questi problemi occorrono programmi a lungo termine e grandi investimenti. Credo che, data la breve durata prevista per questo Governo e i limitati mezzi finanziari, occorra limitarsi ad alcuni punti precisi.

Sul tema della *governance* – come sapete – dal 2001 le competenze in materia di turismo sono passate alle Regioni, con conseguenze positive dal punto di vista della valorizzazione delle diversità e delle caratteristiche dei vari territori. La globalizzazione ha modificato e continua a modificare l'industria turistica sia dal lato della domanda che da quello dell'offerta. Se vogliamo intercettare i nuovi flussi dai Paesi di maggior crescita, i cosiddetti BRICS, occorre una strategia unitaria. Certe forme di promozione erano valide quando i nostri *target* erano la Germania, la Francia e la Gran Bretagna, Paesi che avevano già una conoscenza dell'Italia per cui fare pubblicità per una regione o per un'altra aveva un senso. Oggi, che dobbiamo intercettare turisti provenienti da Paesi che molto probabilmente non sanno neppure dove sia l'Italia occorre focalizzarsi sul marchio Italia e realizzare una maggiore cooperazione fra le Regioni. Cercheremo pertanto di fare in modo che il Comitato permanente di coordinamento in materia di turismo, costituito presso la Conferenza Stato-Regioni, coinvolga maggiormente le Regioni nel definire strategie comuni in materia di turismo.

Da un lato bisogna recuperare il ruolo dell'Enit come braccio operativo dello Stato e delle Regioni in materia di turismo e dall'altro comprendere meglio le esigenze dei turisti provenienti da questi Paesi, che non conosciamo poi così bene come loro non conoscono noi. È pertanto necessario effettuare studi e ricerche per capire il motivo per il quale questi turisti hanno scelto altre destinazioni.

Nel 2010 i cinesi che si sono recati all'estero sono stati 54 milioni e solo un milione di essi è venuto in Italia: occorre capire perché sono andati in altri Paesi e quali sono le esigenze che non siamo stati in grado di soddisfare. Uno dei nostri maggiori problemi è senz'altro quello delle linee aeree. I cinesi cercano di arrivare in Paesi dove ci sono voli diretti, ma questa non è l'unica ragione per cui occorre trovare soluzioni adeguate alle altre esigenze alle quali non sappiamo rispondere.

Purtroppo in Italia esiste anche una parcellizzazione della promozione turistica da parte delle Regioni che si scontra con la politica dei nostri competitori diretti, che invece puntano sempre più verso la promozione del «marchio ombrello» della destinazione Paese.

Dobbiamo tornare a promuovere l'Italia. L'obiettivo, pertanto, è di lavorare per «l'Italia plurale» mediante un'azione comune che, nel pieno rispetto delle autonomie e delle Regioni, si muova all'interno di un quadro programmatico, fondato sul ricorso ad iniziative congiunte e coordinate in termini di mercati, *target* e strategie.

Oggi una delle forme più importanti di promozione turistica è il «passaparola». Una volta, infatti, quando si andava in un ristorante e si mangiava male quel ristorante perdeva al massimo due o tre clienti; adesso con i *social network* milioni di persone conoscono i giudizi su un determinato ristorante, albergo o Paese e quindi è fondamentale che vi sia questa conoscenza da parte di tutti. Fatti i dovuti conti, un giudizio negativo, riferito ad un albergo, a un ristorante o a un Paese per essere controbilanciato necessita di almeno sette giudizi positivi.

È pertanto necessario avviare una campagna di sensibilizzazione dell'opinione pubblica sull'importanza del turismo per condividere l'idea che l'Italia siamo noi e che ognuno di noi è protagonista dell'accoglienza e dell'ospitalità soprattutto dei turisti stranieri.

Un altro strumento basilare per la promozione turistica di un Paese è il portale. Il nostro portale *web* (Italia.it) ha bisogno di arricchirsi sul piano dei contenuti e, soprattutto, di confrontarsi in maniera più incisiva con un turista che vive la rete come un servizio, consapevole che la percezione di efficienza e organizzazione di un Paese si esprime sulla rete dove sempre più spesso inizia l'esperienza di viaggio. Tramite il portale si può anche promuovere la diversificazione del turismo, perché in realtà non c'è un solo turismo, ma tanti. Esiste il turismo culturale, che in Italia dovrebbe essere il primo data la qualità del nostro patrimonio culturale; il turismo religioso, da considerare sia in un'ottica di maggior accoglienza che di maggiore diffusione sul territorio; il turismo enogastronomico, che in Italia ha un potenziale non ancora utilizzato; il turismo sportivo, il turismo congressuale e il turismo del benessere. Si potrebbe andare avanti con questi esempi, perché i segmenti del turismo sono tanti e se vengono valorizzati riusciamo a ridurre il fenomeno della stagionalità. Infatti, quasi tutte queste forme di turismo non dipendono dal tempo o dal mese.

Quanto alla qualità del turismo, innanzi tutto occorre incidere sulle risorse umane, promuovendo la formazione. Pertanto, insieme al Ministero

dell'istruzione e dell'università bisognerà promuovere un miglioramento dell'offerta formativa a tutti i livelli: dagli istituti tecnici professionali alle università, ai *master* dedicati al settore turistico, alla riqualificazione del personale già operante nel settore. Allo stesso modo si dovrà curare la formazione del personale delle pubbliche amministrazioni che si occupano del settore turistico.

Un'iniziativa che vorremmo portare avanti al più presto è la costituzione di una scuola di alti studi turistici nel Sud Italia, cercando di realizzare delle convenzioni con le università del Sud per dei *master* specializzati che potrebbero rappresentare un polo di attrazione per tutto il bacino del Mediterraneo.

Altro problema è costituito dagli *standard*. Purtroppo in Italia non abbiamo *standard* omogenei in tutte le Regioni e questo rappresenta un grave ostacolo, soprattutto se vogliamo intercettare il turismo internazionale. Occorre riuscire a definire, in accordo con le Regioni, *standard* uniformi delle strutture ricettive in tutto il Paese in termini di qualificazione delle stelle.

Occorre anche introdurre, su base nazionale, un sistema di *rating* della qualità del servizio. Oggi, ad eccezione di pochissime aree, il Sud non riesce ad intercettare la domanda internazionale di turismo. Un esempio: le due principali regioni del Sud, la Sicilia e la Campania, totalizzano insieme meno presenze della sola provincia di Bolzano.

MARAVENTANO (*LNP*). È un problema di trasporti. Abito in una bellissima isola, Lampedusa, dove non ci sono voli aerei.

GNUDI, *ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport*. Lo so bene. Il Sud ha una forte vocazione turistica che può rappresentare un volano per la sua ripresa e per questo il turismo deve essere una delle prime voci di investimento per l'area.

Per concludere, quest'anno si svolgerà la Conferenza nazionale del turismo, con la presenza di tutte le componenti pubbliche e private del settore. Sarà l'occasione ideale per condividere la *country strategy* e le azioni appena illustrate al fine di rilanciare l'industria turistica e contribuire alla ripresa economica del Paese.

Il turismo è una delle risorse fondamentali su cui il Paese deve scommettere per la ripresa economica. Per riconquistare le quote di mercato occorre una grande collaborazione tra Governo, Regioni ed istituzioni coinvolte.

Infine, mi preme ribadire quanto ho già evidenziato all'inizio del mio intervento: se riusciremo a fare gli investimenti necessari il settore del turismo potrà creare, da qui al 2020, 1,6 milioni posti di lavoro e portare il contributo del turismo alla crescita del PIL dal 13 al 18 per cento. Certamente si tratta di una scommessa importante. Occorrerebbe un programma di investimento sul turismo da sviluppare nell'arco di 10 anni, come peraltro è stato fatto da altri Paesi ed, in particolare, dalla Spagna. Noi dobbiamo scommettere sulla risorsa del turismo, perché l'Italia ha caratteristi-

che che non possiede alcun altro Paese al mondo. Credo, dunque, sia nostro dovere approfittarne.

PRESIDENTE. Signor Ministro, a nome della Commissione, mi unisco al cordoglio espresso dal Governo.

Prima di cedere la parola ai colleghi senatori, vorrei svolgere alcune considerazioni e porre qualche domanda.

Nella relazione che ha consegnato agli Uffici della Commissione lei ha fatto riferimento all'accordo con le Regioni. Ricordo che a suo tempo è stato predisposto un protocollo per evitare che le Regioni disperdessero i fondi. Con il coordinamento del Ministero del turismo si è puntato in particolare sulla presenza dell'Istituto nazionale per il commercio estero (Ice) e sul rinnovato impegno assunto nell'ultimo provvedimento; si è puntato, inoltre, sul Ministero degli affari esteri per tutti i rapporti che in qualche modo potrebbero crearsi. Mi piacerebbe dunque sapere a che punto sia tale attività di coordinamento delle Regioni.

Inoltre, questa Commissione ha svolto un lavoro serio e concreto terminato con l'approvazione all'unanimità del codice del turismo: l'intenzione era di ristabilire un rapporto con categorie che, opportunamente sensibilizzate, potessero dare un risultato positivo. Chiedo quindi a che punto sia l'attuazione del codice del turismo.

In terzo luogo, nel suo intervento si sottolinea la necessità di creare le condizioni per rilanciare l'Enit; in particolare, si afferma che «l'Enit deve recuperare un ruolo centrale nell'ambito del sistema turistico italiano». Anche questo è un aspetto importante, dunque vorrei conoscere quale sia oggi la situazione dell'Enit dal punto di vista normativo ed organizzativo. Chiedo, inoltre, che nei prossimi giorni vengano trasmessi alla Commissione i dati relativi all'attività della *Convention bureau*, che sta compiendo un lavoro importante nel settore del turismo.

Il nuovo provvedimento del Governo non è stato ancora emanato; si afferma che verrà varato dal Consiglio dei ministri venerdì prossimo. Secondo le prime indiscrezioni giornalistiche, verrà affrontato anche il tema degli stabilimenti balneari e delle aziende ad uso turistico-ricreativo. Al riguardo ricordo che in Senato è stato approvato all'unanimità un ordine del giorno abbastanza complesso, anche alla luce dei risultati dell'indagine conoscitiva che abbiamo svolto in materia e del lavoro compiuto dal Ministero. Il fatto che oggi lei abbia anche la delega agli affari regionali ci rassicura sulla circostanza che seguirà pure tale questione. Tuttavia, sempre secondo quanto riportato dalla stampa, le misure del Governo sono meno incisive rispetto al contenuto dell'ordine del giorno approvato il 5 maggio 2011 dal Senato e anche rispetto a quanto successivamente è stato deciso in sede europea; mi riferisco, in particolare, alla legge comunitaria 2010 in cui è contenuta un'apposita norma (inserita dall'allora ministro Fitto) che regola il settore. Ricordo che in seguito a quell'approvazione si è conclusa la procedura di infrazione.

Pertanto, auspichiamo che nel provvedimento che verrà emanato venerdì prossimo venga meglio specificato il riconoscimento del ruolo degli

stabilimenti balneari e delle aziende turistico-ricreative. Ricordo che il 24 novembre 2011 questa Commissione, in seduta congiunta con le Commissioni 6^a e 14^a di Senato e Camera, ha audito il Commissario europeo per il mercato interno ed i servizi all'impresa, Michel Barnier, al quale è stata sollecitata la delega per il recepimento della cosiddetta direttiva Bolkestein sulle concessioni balneari.

Dunque, anche questo provvedimento sarà particolarmente importante e sentito.

Apprezzo il garbo con cui il ministro Gnudi ha illustrato l'attività programmatica del suo Dicastero. D'altra parte è difficile realizzare qualcosa senza risorse finanziarie. Quindi ci piacerebbe conoscere quali siano le risorse finanziarie messe a disposizione dal Governo per lo svolgimento delle attività oggi precisamente indicate dal ministro Gnudi per il rilancio del turismo.

Peraltro, ci vorranno alcuni mesi (spero non qualche anno) per recuperare la situazione che si è determinata a livello internazionale a seguito del tragico evento della nave da crociera Costa; infatti, in tutto il mondo i giornali hanno parlato della vicenda, che sicuramente creerà un grande *gap* per il turismo italiano, non solo per quello via mare. Desidero sottolineare però che il «sistema sicurezza» funziona sempre molto bene all'interno del settore.

Pertanto, credo che nell'ambito delle risorse economiche messe a disposizione per fronteggiare questo drammatico evento il Governo debba trovare uno spazio per iniziative mirate al rilancio di immagine del settore del turismo.

GRANAIOLA (PD). Signor Presidente, innanzi tutto desidero ringraziare il ministro Gnudi per relazione svolta. In particolare, ho molto apprezzato i riferimenti all'Enit: ricordo che, insieme ad altri colleghi, ho presentato un disegno di legge di riforma dell'Agenzia nazionale del turismo.

Ho altresì apprezzato il riferimento alla qualità per stimolare lo sviluppo e quindi alla necessità di costituire un'Alta scuola di formazione turistica nel Meridione (tra l'altro, ho presentato un disegno di legge anche su questa materia).

Signor Ministro, desidero porre una domanda (anche se in parte è stata già anticipata dal presidente Corsi) in relazione alle concessioni demaniali marittime. Lei probabilmente ricorderà che abbiamo partecipato insieme ad un incontro a Palazzo Chigi con alcuni sindaci della costa tirrenica e con le rappresentanze delle associazioni balneari; in quella occasione le è stata rappresentata buona parte del problema. Successivamente è stata espressa la volontà da parte sua e del ministro Moavero di incontrare la categoria il prossimo 23 febbraio. È stato chiesto ai sindacati e alle categorie di avanzare una proposta entro il 31 gennaio 2012. Quanto apparso sulla stampa ha chiaramente messo in agitazione tutto il settore e ha creato sconcerto.

Quindi, vorrei innanzi tutto sapere se gli impegni assunti con la categoria verranno mantenuti e se verrà effettivamente stralciato o modificato l'articolo 26 del decreto-legge sulle liberalizzazioni, che ha gettato nel panico tutto il settore.

ARMATO (PD). Signor Ministro, innanzi tutto la ringrazio per la presenza e soprattutto per la sua relazione che considero in tante parti condivisibile, in particolare là dove fa riferimento al turismo come ad un settore che potrebbe diventare trainante per l'economia italiana.

Mi fa particolarmente piacere come donna del Sud che il Governo intenda puntare sul turismo per far crescere e sviluppare il Mezzogiorno. Al riguardo tra breve le porrò una domanda.

Anche noi riteniamo che il turismo rappresenti un pilastro in un Paese come il nostro ricco di beni culturali, che ha migliaia di chilometri di coste, tante specificità locali e vocazioni turistiche (da quella religiosa a quella enogastronomica o termalistica). Specialmente in un momento di crisi, il nostro Paese può puntare su questo settore, sui beni naturali che possiede, per riprendersi e crescere.

Tuttavia, se questo assunto deve essere realizzato, è necessario che si declini tale concetto e che si parta da alcune questioni la cui realizzazione diventa urgente visto che da molto tempo, rispetto a questo settore, ci sono stati un immobilismo e anche una mancata presa di consapevolezza: non ci sono state decisioni positive, né investimenti e sostegni alle imprese.

Il presidente Corsi ha giustamente fatto riferimento all'intenso lavoro che si è svolto in questa Commissione sia per quanto concerne l'analisi del codice del turismo, sia per quanto ha riguardato il confronto con le categorie interessate al settore. Tuttavia il mio giudizio, rispetto poi allo strumento di cui si sono dotati il Parlamento e il Governo, è diverso rispetto a quello del Presidente. Ritengo che il codice del turismo non sia uno strumento esaustivo, non sia lo strumento di cui l'Italia ha bisogno. Anzi, pensiamo che sia necessario redigere un Piano nazionale per il turismo che renda giustizia ad un Paese a fortissima vocazione turistica e ai tantissimi operatori che lavorano nel settore.

Se lei intende fare la Conferenza nazionale che ha annunciato affinché sia possibile presentare in quella sede questo piano e puntare su alcune immediate risposte da dare, allora ben venga detta Conferenza.

Di recente abbiamo presentato un'interrogazione (ma è chiaro che un Governo appena arrivato si fa carico soprattutto di un'eredità pesante) come stimolo, affinché siano date al più presto delle risposte. Per esempio, in essa poniamo il problema della politica fiscale, che nel settore del turismo, com'è noto, nel nostro Paese è più svantaggiata: in Paesi europei più direttamente nostri concorrenti l'aliquota IVA sul turismo è più favorevole; abbiamo anche chiesto che in via sperimentale si possa introdurre pure nel nostro Paese una misura del genere, in modo da rendere le nostre imprese più competitive e prevedere incentivi e sgravi fiscali.

Lei ha toccato un altro tema (il presidente Corsi in questi anni ne ha fatto una sua battaglia) che riguarda la non congruità e il non coordinamento delle politiche nazionali con le tante e diversificate politiche locali. Penso per esempio a come, malgrado si siano devolute le scelte in tema di politiche turistiche alle Regioni, non si sia poi mai messo realmente mano ad un coordinamento tra le diverse politiche regionali e ad una loro sintonizzazione con le politiche nazionali.

L'Enit può essere ancora l'organismo che si occupa di questo? Abbiamo tante perplessità al riguardo e le abbiamo più volte ribadite. All'inizio abbiamo persino presentato emendamenti che favorissero un incremento di investimenti nei confronti dell'Enit. Però oggi le dobbiamo dire che la politica dell'Enit è stata molto deludente. Dunque, ci aspettiamo che ci venga presentata – quando lo riterrà opportuno – una proposta su come riutilizzare l'Enit e su come renderlo utile anche per le Regioni, altrimenti ognuno fa di testa propria.

Anche io volevo porre la questione delle imprese balneari, già affrontata dalla collega Granaiola e dal Presidente prima di me, facendole presente che nel nostro incontro con il Ministro per gli affari europei gli abbiamo posto la questione e per la verità egli ha sottolineato che avrebbe concertato con lei e con il Ministro per la coesione territoriale l'istituzione di un tavolo, probabilmente a febbraio, anche per confrontarsi con la categoria dei balneari. Quindi le chiedo una conferma al riguardo e una conferma anche dell'assunzione da parte del Governo di quegli impegni che in Parlamento all'unanimità gli avevamo chiesto di assumere.

Infine, lei ha parlato dell'importanza del turismo nel Sud. Siccome anche io sono d'accordo sulla necessità di individuare velocemente progetti ed investimenti, non so se per esempio tra i fondi del piano di coesione che è stato recentemente presentato sia possibile individuare progetti anche interregionali che possano migliorare quelle condizioni infrastrutturali così deficitarie nel Mezzogiorno di cui lei parlava, che potrebbero invece favorire la crescita del turismo.

FIORONI (PD). Ringrazio il Ministro per la sua relazione, che ha messo in evidenza una serie di criticità e di problemi che vive il settore del turismo nel nostro Paese ormai da tempo, e per aver avviato una serie di riflessioni sulle possibili linee strategiche d'intervento, al fine di trovare una soluzione a questi problemi o comunque di trovare la strada per incrementare anche la forza e la presenza del settore del turismo nel sistema Italia.

Faccio alcune osservazioni partendo dalle sue sollecitazioni, *in primis* le problematiche connesse alla *governance*. Partiamo da un contesto normativo di riferimento che vede la competenza esclusiva delle Regioni e d'altra parte, invece, un contesto di mercato che si è evoluto nel tempo, è cambiato e che – come ha detto lei giustamente – si rivolge non solo all'Europa ma anche al livello internazionale, inoltre va aggiunto che è cambiata la motivazione del consumatore, del turista. Penso, pertanto, che la *governance* debba riguardare il tentativo di rendere sistematico e

raccordare tra loro i livelli decisionali, cercando anche di cambiare la cultura, l'approccio al sistema turistico, interpretando l'integrazione attraverso la cosiddetta *policy* degli attrattori (come lei l'ha definita), i beni culturali e l'ambiente (elementi che valorizzano il nostro territorio) con una strategia di *marketing* mirata. Va cambiato anche il sistema degli indicatori.

Dobbiamo guardare non soltanto agli arrivi e alle presenze, ma molto probabilmente anche alla redditività degli investimenti che si fanno nella distribuzione e nella commercializzazione. Questa cultura si deve trasmettere a tutti i livelli istituzionali.

Inoltre penso che anche la *policy* degli attrattori, che voi avete messo in evidenza, non possa riferirsi solo ed esclusivamente ai beni culturali, al turismo religioso e così via. Dobbiamo anche integrare le scelte per i territori senza perdere l'identità del territorio stesso, altrimenti non si riuscirà mai a realizzare quella *governance* che parte dal livello centrale. Le Regioni già hanno difficoltà al loro interno per il campanilismo dei Comuni, degli Enti locali in generale. Dobbiamo in qualche modo legare alla *policy* degli attrattori anche l'identità dei territori e pensare a come questi si possano coordinare nella promozione a livello nazionale.

Sono assolutamente d'accordo con lei sulla necessità di investire nella formazione cercando di far incontrare domanda e offerta in maniera più efficace, soprattutto perché c'è un forte *gap* da colmare e un *mismatch* tra domanda e offerta su cui occorre lavorare: non è facile trovare forza lavoro e capitale umano dotati di una professionalità adeguata a sostenere il livello della domanda e le aspettative del consumatore.

Inoltre, la problematica della competitività rispetto agli altri Paesi europei si basa anche sulle politiche di prezzo e di conseguenza sull'IVA. Mi rendo conto dell'esistenza di limiti normativi, ma occorre incidere a livello europeo affinché una riduzione dell'IVA nel settore turistico consenta di compararla a quella degli altri Paesi europei, in particolar modo alla Francia.

Occorre poi considerare la necessità di una diversa impostazione dell'Osservatorio del turismo, che dovrebbe conformarsi alle linee programmatiche che ho fin qui esposto.

BUGNANO (*IdV*). Innanzitutto ringrazio il Ministro per la sua presenza e, quindi, gli auguro buon lavoro. Sono certa che potrà fare più del suo predecessore, che non ha fatto nulla in materia di turismo, per cui qualsiasi intervento sarà sempre meglio di quanto è stato fatto in questi ultimi tre anni.

Con riferimento alla relazione da lei illustrata, desidero sottoporle alcune riflessioni più approfondite che la sinteticità della relazione non le ha consentito di sviluppare. Si tratta di questioni sulle quali vorrei conoscere la sua opinione. Mentre alcuni colleghi hanno affrontato il problema dell'IVA, personalmente desidero affrontare il tema della tassa di soggiorno intesa come tassa di scopo.

È un argomento di cui si parla da moltissimo tempo. L'idea di inserire una tassa di soggiorno finalizzata agli investimenti nel settore del turismo è stata affrontata anche durante il governo Berlusconi. Si tratta comunque di un tema spinoso, perché occorre capire come modularla ed impostarla. Tuttavia, se si vuole promuovere il turismo è necessario investire su di esso e, poiché la crisi economica attuale non consente di individuare eventuali fonti alternative di risorse (tra l'altro in Italia non esiste una cultura del turismo come sistema capace di creare economia e reddito, essendo vissuto piuttosto come qualcosa di astratto, motivo da cui probabilmente deriva anche la nostra scarsa competitività), credo che una tassa di soggiorno e di scopo, con tutte le rimodulazioni del caso, finalizzata ad un investimento sulle politiche turistiche sia fondamentale. Vorrei, quindi, conoscere la sua opinione al riguardo.

Sulle concessioni balneari, di cui hanno già parlato altri colleghi e con riferimento anche all'articolo letto dalla senatrice Granaiola, desidero sottolineare che personalmente sono favorevole all'applicazione di procedure di evidenza pubblica non solo perché ce lo chiede l'Europa, ma anche perché è necessario ai fini della trasparenza. Nella bozza viene inserito anche un diritto di prelazione per chi attualmente è titolare di concessioni balneari e questo mi sembra corretto.

Ciò su cui vi invito a riflettere, invece, è la durata delle concessioni balneari. Nella bozza del provvedimento si parla di quattro anni. Ritengo sia un periodo troppo limitato perché, come hanno riferito i titolari di queste concessioni balneari, dietro le concessioni vi sono investimenti importanti dei quali è difficile ammortizzare i costi in un così breve lasso di tempo. Occorrerebbe, quindi, adottare procedure di evidenza pubblica e stabilire una maggiore durata delle concessioni.

Signor Ministro, la prego inoltre di mettere immediatamente mano, dal momento che è previsto nel suo programma, al portale *web* <http://www.italia.it> perché, come è stato detto, «non si può guardare». La prego, altresì, di lavorare immediatamente ad un progetto serio sulla qualità del nostro sistema turistico.

Vengo da Torino, dove nel 2006 si sono svolte le Olimpiadi invernali. Non eravamo una città e una regione a vocazione turistica, ma dopo aver investito molto nella formazione degli operatori del settore (albergatori e tassisti, molti dei quali non conoscevano le lingue straniere e ai quali sono stati fatti corsi di inglese e di francese) è cresciuta la qualità dell'accoglienza e abbiamo potuto toccare con mano il fatto che si è trattato di una carta vincente. Attualmente il Piemonte e la città di Torino sono diventate mete turistiche, mentre in precedenza non lo erano affatto.

L'ultimo argomento, toccato dalla sua relazione, concerne i cosiddetti distretti turistici. Sebbene la legislazione li preveda, in realtà non si è mai lavorato in modo significativo su tale prospettiva. A mio avviso tali distretti dovrebbero essere sia territoriali, sia per prodotto turistico. Porto sempre l'esempio del Piemonte che – ripeto – non è una regione a vocazione turistica; eppure, lavorando in modo virtuoso in tale direzione nelle Olimpiadi e, anche dopo, siamo riusciti a creare un distretto turistico dei

circuiti di golf e abbiamo così constatato che creare collegamenti di turismo sportivo rappresenta una formula vincente.

STRANO (*Per il Terzo Polo: ApI-FLI*). Signor Ministro, pur non facendo parte di questa Commissione mi occupo di turismo da molto tempo essendo stato per sette anni assessore regionale al turismo in Sicilia, una regione particolarmente vocata. Mi permetto di segnalarle alcune delle affermazioni contenute nella sua relazione. La pregherei di far rivedere ai suoi addetti il dato relativo alle presenze turistiche della Sicilia e della Campania, che non è assolutamente minore a quello di Bolzano. La Sicilia è una delle prime regioni, nel settore turistico, e comunque non sono qui per fare campanilismo non essendo un siculo ad oltranza ed avendo anzi una vocazione nordista non solo con riferimento al mio Paese, ma anche all'Europa.

Al di là della considerazione svolta poc'anzi dalla collega che mi ha preceduto sul precedente Ministro, mi permetto di rilevare che lei oggi ha la possibilità di ribaltare ciò che non è avvenuto negli ultimi trenta anni, da quando fu cancellato il Ministero del turismo. Nonostante i suoi uffici abbiano dimostrato che il turismo ha un PIL importante, che sostiene il PIL nazionale a livello di occupazione, socialità, sviluppo e cultura, il Governo non ha mai investito realmente nel settore se non su di un ente che, nonostante la presenza qualificata dal nostro Matteo Marzotto, non è mai riuscito a decollare e a dare un sostegno reale al comparto. Per questo motivo nel mondo vengono chiuse molte sedi Enit e se ne conservano soltanto alcune in punti strategici come New York, Chicago e Mosca. Queste sedi vengono chiuse perché mancano gli stimoli ed anche una vocazione alla proposta, oltre che le risorse finanziarie. Signor Ministro, mi permetto di sottolineare che il mio Gruppo parlamentare le sarà vicino e sarà da pungolo al Governo nazionale affinché il suo Ministero non sia senza portafoglio, ma possa disporre di un grande portafoglio. Infatti, il turismo non si può assolutamente reggere sugli intenti o le collaborazioni con le Regioni.

In Sicilia spendiamo tanto, ma è sempre poco rispetto a quanto può dare il turismo. Cito l'esempio di Malta, un piccolo Paese europeo che investe enormemente nel settore e riesce ad ottenere risultati importanti in termini di occupazione, di socialità e di PIL: pur essendo un piccolo Stato del Mediterraneo rappresenta un esempio per altri Paesi come il nostro che viceversa non hanno mai creduto nel turismo.

Ministro Gnudi, so che sono già state previste conferenze nazionali. Essendo un futurista sono contrario ai «riti» delle conferenze, degli incontri con i sindacati e gli operatori del settore. Sono situazioni che ho visto per tanti anni (ormai sono nel «*Sunset Boulevard*», per citare un vecchio film con William Holden e Gloria Swanson): le conferenze nazionali, gli incontri con i sindacati, gli enormi tavoli a Palazzo Chigi cui partecipano centinaia di persone senza concludere assolutamente nulla sono riti inutili.

Signor Ministro, sulla base della mia modesta esperienza maturata in tanti anni come assessore regionale, mi permetto di sottolineare che in luogo dei convegni sarebbe molto più utile avere dati ed informazioni precise e soprattutto investire nella promozione di eventi sportivi, culturali e ambientali. In particolare, da questo punto di vista, lo sport rappresenta un elemento eccezionale. Potrebbe essere utile organizzare un tavolo di lavoro con il Ministero dello sport (qualora esista), il Ministero dell'ambiente ed il Ministero per i beni e le attività culturali: non si tratta, però, soltanto della visita dei musei o dei principali monumenti, che pure è un fatto importante, ma soprattutto del collegamento ai grandi eventi che portano turismo. Tanti italiani vanno in America per assistere ad un concerto di Bruce Springsteen o di Tony Bennett o di altri artisti. Noi, invece, non riusciamo a collegare il segmento turismo-avvenimenti. Penso, ad esempio, alla Mostra internazionale d'arte cinematografica di Venezia o al Festival di Taormina; invece il Festival di Cannes dà un enorme sostegno alla regione parigina e alla Costa azzurra (la stessa cosa avviene con il Festival del cinema americano di Deauville). I turisti vanno a Venezia, ma non lo fanno per il Festival del cinema, così come i turisti che si recano a Taormina. Quindi, è necessario collegarsi alle Regioni e soprattutto alle organizzazioni dei festival, degli avvenimenti culturali, dei concerti e delle stagioni del Teatro alla Scala o dell'Arena di Verona. Peraltro, sottolineo che soltanto il programma dell'Arena di Verona viene promosso con due anni in anticipo: non fanno altrettanto il teatro alla Scala di Milano, il teatro San Carlo di Napoli, il Bellini di Catania o il Politeama. Infatti, tutti i teatri italiani arrivano alla fine, diffondendo i programmi in ottobre quando si inizia a novembre; a quel punto, però, i turisti sono già organizzati per andare a Tokyo, a Sydney o al Metropolitan di New York.

Signor Ministro, mi permetto modestamente di esprimere alla rinfusa questi miei pensieri un po' folli, sperando che possano essere da lei recepiti.

In Sicilia, ad esempio, abbiamo ospitato il Campionato mondiale di scherma. L'aumento delle presenze si può verificare dagli alberghi di Taormina.

Dunque, lo sport è fondamentale. Ricordo che in Sicilia, nel 1995, abbiamo triplicato le presenze con l'Universiade organizzata dalla buona anima di Primo Nebiolo, compianto uomo di sport, il quale localizzò le Universiadi in tre poli della Sicilia (Palermo, Catania e Messina): fu un successo enorme ed ancora oggi vengono le famiglie degli sportivi che hanno partecipato per questo *rebound*.

Un altro argomento importante riguarda l'ambiente. Non vi è più soltanto il turismo perché c'è la vocazione turistica, ma oggi è molto sviluppata la sensibilità verso l'ambiente sano e pulito, le montagne, le colline ed i laghi. Quindi, in luogo di una conferenza con tanti addetti, aprirei un tavolo focalizzato su alcuni temi precisi.

Sottolineo anche l'importanza del turismo religioso. Ricordo il Santuario di Medjugorje o quello di Lourdes, ma in Italia, che è la culla

del cattolicesimo, noi abbiamo cattedrali e luoghi simbolo. Pertanto, si potrebbe stabilire una sintonia con la Conferenza episcopale per la promozione di alcuni eventi ed anche di alcuni siti.

A me piace andare oltre. Cito un esempio che forse potrà suscitare il sorriso di qualcuno. Negli Stati Uniti, in alcune città come San Francisco, il turismo *gay* è fortemente sviluppato; da eterosessuale ritengo che noi avremmo il dovere di pensare anche a questo segmento, che fa sorridere alcuni ma non me. Il mondo *gay* è diffuso ovunque e, ad esempio, a San Francisco o a Barcellona in alcuni mesi dell'anno vi sono grandi manifestazioni che convogliano questo mondo particolare in alcuni segmenti nei quali si discute di cultura, di cinematografia, di lettura. Peraltro, spesso si tratta di un turismo ricco e quindi dovrebbe essere convogliato anche nel nostro Paese.

PRESIDENTE. A Roma il «*Gay pride*» si è già svolto.

STRANO (*Per il Terzo Polo: ApI-FLI*). Mi fa piacere che sia stato organizzato: allora, fatelo anche altre volte.

In conclusione, signor Ministro, mi sono permesso di svolgere alla rinfusa le mie povere considerazioni. Aggiungo che il nuovo Governo deve sbloccare una situazione che il governo Berlusconi non è riuscito a risolvere. Mi riferisco ai fondi Fas, che sono utilissimi per sostenere il turismo. In Sicilia ed anche in Campania i fondi Fas non sono stati ancora consegnati, nonostante le promesse del governo Berlusconi, dopo tanti anni; si tratta di fondi strutturali per lo sviluppo del Mezzogiorno (verso cui lei ha mostrato grande attenzione, fatto del quale la ringrazio).

Invito dunque ad uscire dalle liturgie e a concentrarsi su elementi importanti che possano coinvolgere lo Stato ed il Governo che lei qui rappresenta in una grande operazione di sostegno al turismo.

Per la parte che rappresento, facendo anche le veci della senatrice Germontani, faccio presente che le saremo vicini per pungolare il Governo affinché il suo sia un Ministero di spesa e non soltanto di nobili intenti.

SANGALLI (*PD*). Saluto il ministro Gnudi, lo ringrazio molto per la sua relazione e gli faccio i migliori auguri per il suo lavoro, che non mi sembra semplicissimo date le opinioni che sento anche in questa sede.

Vorrei affrontare una questione che mi pare si intraveda nella relazione che ma non è stata esplicitata. Il turismo non è solo attrazione di turisti; la strategia di attrazione dei turisti è una parte della strategia turistica, ma non è l'intera strategia turistica. Abbiamo bisogno di una forte attrazione di investimenti nei settori alberghiero, delle infrastrutture, della portualità e nei vari comparti che completano l'immagine del turismo come di un grande sistema industriale nazionale. Questo è il turismo, è una grande industria e dovrebbe essere trattato come un settore industriale, principalmente con degli obiettivi di creazione di valore, perché nella creazione di valore ci sono le due componenti qualitativa e quantitativa.

Dovremmo affrontare questo aspetto, perché negli anni l'offerta turistica italiana si è un po' starata rispetto alla domanda internazionale e mondiale. Questo è accaduto per i difetti che vengono riportati nella relazione, ma anche per una difficoltà di riposizionamento strategico del nostro Paese rispetto all'Italia dei 20-30 anni della ricostruzione, della crescita, del grande turismo di massa, dei grandi poli di turismo balneare che avevano come riferimento un'Europa che cresceva analogamente.

Adesso non siamo più in grado di fare una vera concorrenza sui prezzi dai bassi livelli di offerta e non ci siamo spostati su un livello adeguato per valorizzare al meglio il nostro prodotto turistico che, con ogni probabilità, ha invece bisogno di puntare su un *target* più alto, che non è detto che numericamente debba crescere dal punto di vista delle presenze, piuttosto dal punto di vista della creazione di valore e quindi della creazione di qualità. Signor Ministro, con molto affetto dichiaro di essere a disposizione per lavorare al riguardo.

Volevo fare una breve considerazione sull'esempio che avete fatto: non so se sia pertinente od esatto il dato relativo al fatto che la Sicilia e la Campania totalizzano insieme meno presenze della provincia di Bolzano. La provincia di Bolzano è un caso abbastanza classico, di scuola, di una strategia di riconversione industriale, territoriale, produttiva e culturale realizzata in un'area del Paese che trent'anni fa era depressa. Bisogna ricordarsi che lì c'era una capacità di creazione di valore aggiunto del prodotto interno lordo molto bassa. In quell'area si è andati incontro ad una catastrofe agricola con la storia della produzione vinicola di bassa qualità. C'è stata una forte riconversione produttiva che ha alzato gli *standard* di qualità produttivi distrettuali di quell'area (per esempio, le mele). Oggi un ettaro di terreno a mele o a vino nella provincia di Bolzano, nel Tirolo costa un prezzo terrificante. Da questo è nata una riqualificazione enogastronomica, il *wellness*, investimenti equilibrati con il territorio, cioè si è creata una politica complessiva del territorio.

Prenderei in esame quell'esempio, perché penso che bisognerebbe lavorare territorialmente e settorialmente in quel modo individuando delle aree ad alta propensione che possano fare progressioni di quel tipo. Nelle regioni che vengono comparate – ma immagino anche in altre – non ci sono meno risorse che in quella regione, pur essendo quella regione ad alta intensità di risorse pubbliche, ad alta intensità di spesa pubblica per cittadino. Eppure tutti coloro i quali si recano da quelle parti vedono che quella spesa pubblica è stata utilizzata bene riqualificando quelle aree. Abbiamo quindi «un esempio vivente» di come si possa fare un turismo che si riposizioni e che diventi un turismo di territorio.

Questo esempio sarebbe utilissimo per Regioni come l'Emilia-Romagna, dove si passa dalla vecchia struttura del turismo balneare ad alta intensità ad una riconversione nel turismo notturno, di tendenza. Probabilmente anche lì c'è il terreno adatto per attrarre investimenti.

Penso che la questione dell'attrazione degli investimenti sia indispensabile (il tema è questo) e nel Mezzogiorno essi dovrebbero essere più cospicui e fatti da multinazionali. Come ci hanno fatto presente le grandi in-

dustrie investitrici in Italia (non turistiche, ma di altro tipo) che recentemente abbiamo incontrato, le multinazionali sono le uniche che riescano a tenere a freno la criminalità organizzata, che è uno dei problemi del Mezzogiorno. Le multinazionali sono le uniche che riescano ad impattare positivamente senza subire la minaccia territoriale.

Come attiriamo più turisti? In tutti i modi che abbiamo detto, ma a condizione che un turista arrivi tramite strutture che portano turisti, perché in qualunque parte del mondo ormai sono le strutture che portano i turisti: non è il Paese, sono le grandi catene alberghiere ed aeroporti più razionali. Non abbiamo bisogno di nuovi aeroporti, ma di chiudere quelli inefficienti e di fare investimenti su quelli efficienti, perché si dimostra che anche aeroporti medi possano portare 4 milioni di presenze straniere in un anno non finalizzate a quel territorio, ma a tutto il territorio circostante, alla regione e alle regioni limitrofe. I temi delle infrastrutture e dell'attrazione degli investimenti mi sembrano fondamentali.

Per questo motivo, tra i consigli che mi sentirei di dare, vi è quello di fare un lavoro molto sinergico con il Ministero dello sviluppo economico, oltre ovviamente con tutti gli altri perché la sinergia dovrebbe esserci nell'intero Governo. Credo però che il Ministero dello sviluppo economico potrebbe dare l'impronta di natura industriale a questo settore altrimenti, se tutti dovessero pensare all'aspetto culturale o creativo nessuno penserebbe al bilancio del settore.

MUSSO (*UDC-SVP-AUT:UV-MAIE-VN-MRE-PLI-PSI*). Signor Ministro, la ringrazio della sua relazione. Faccio alcune considerazioni e qualche proposta concreta.

Il turismo, la logistica e l'*hi-tech* sono i tre comparti dell'economia mondiale cresciuti di più negli ultimi 20 anni: di questi, il turismo più degli altri due; in tutti e tre l'Italia ha perso posizioni e in questo in particolare più che negli altri due. Come è riportato nella relazione, si è passati da una quota di mercato del 6,1 per cento (ma ricordo che quando ero bambino mi si diceva che l'Italia era la meta numero uno del turismo mondiale; forse con il 6,1 per cento lo era ancora) ad una del 4,5 per cento, collocandosi al quinto posto. Non c'è dubbio che ci sia stato un calo di posizioni, sia assoluto che relativo.

Il dato particolarmente preoccupante è il submercato rappresentato dalla Cina. Lei dice – è un dato estremamente interessante – che da 54 milioni nel 2015 si passerà a 130 milioni di presenze, ma non c'è alcun altro mercato che nei prossimi tre anni, peraltro in presenza dell'attuale crisi, veda raddoppiare la sua potenzialità. In questo mercato, noi che «ne prendiamo» un milione, siamo al 2, non al 4,5 per cento. Quindi l'idea che su questo submercato cinese siamo ancora più deboli che sul resto evidentemente lascia pensare che la nostra quota di mercato possa ulteriormente erodersi.

Pertanto, il tema diventa concreto: cosa facciamo, per esempio, in Cina per attrarre il turismo cinese? Da ex universitario so che l'attrazione degli studenti cinesi ha scontato una certa serie di problemi, come ad

esempio il fatto che in Italia i professori non parlino inglese, che è un grave problema. Probabilmente nel turismo ci sono problemi analoghi nell'attrazione dei turisti.

Passo alla seconda riflessione: la regionalizzazione è stata certamente un disastro ed è servita soprattutto alle varie Regioni per aprire delle ambasciate in giro per il mondo. Lo è stata perché la domanda internazionale di turismo percepisce l'Italia come un prodotto unico, quando va bene, perché poi magari la percepisce anche come parte di un prodotto unico che invece è l'Europa. Quando va bene, dunque, l'Italia è un prodotto unico, di solito anche mediato dai *tour operator*. Quindi pensare che ogni Regione o addirittura ogni città cerchi di promuoversi a livello internazionale evidentemente non serve a nulla. Come è stato detto alcune iniziative, anche a contorno e indirette, possono attrarre i turisti: dai trasporti, ai corsi di lingua, al portale (che è totalmente da rifare perché, come già rilevato, «non si può proprio guardare»). Tutto questo fa il cosiddetto *branding*, ma purtroppo se non si fa niente in Italia il *branding* lo fanno altri eventi, compreso il disastro della nave Concordia che in questi giorni ha fatto *branding* ma in negativo, aggiungendo qualche connotazione che, a torto o a ragione, si tende ad attribuire all'Italia e all'italianità: lo sconsiderato comportamento del comandante della Costa Concordia, di cui si parla da alcuni giorni.

Questo sposta il ragionamento dalla domanda all'offerta e in particolare su cosa abbiamo da offrire. Infatti, se il turismo è cambiato come raggio di domanda, passando da un turismo a breve e medio raggio di 30 anni fa ad un turismo a raggio mondiale, non possiamo continuare a pensare di offrire solamente sole e mare perché anche altri Paesi ce l'hanno e sono migliori dei nostri. Quindi dobbiamo far leva su qualcosa che altri non hanno e non possono replicare, come la componente artistico-culturale. Poi magari la mettiamo a sistema con il sole, il mare, i laghi, il turismo sessuale e quant'altro.

La questione è che dobbiamo vendere qualcosa che altri non hanno. Anche il turismo *wellness* lo vendiamo meglio se lo abbiniamo con una serie di cose godibili, ma non possiamo puntare solo su quello perché altri Paesi lo possono fare in modo migliore e a costi inferiori.

Sono anche d'accordo sulla necessità di promuovere l'Istituto superiore della formazione, ma l'esperienza vissuta all'università mi porta a dire che di *master* nel settore turistico ne esistono già molti e quasi tutti hanno avuto poco successo, perché la formazione non è poi così qualificata.

Quanto alle concessioni balneari, la norma contenuta nella manovra Monti di dicembre è corretta, prevedendo anche il diritto di prelazione, ma sono d'accordo sul fatto che quattro anni siano troppo pochi. Quindi potremmo anche immaginare che gli investimenti non ammortizzati al momento della nuova gara siano recuperabili come base d'asta che poi viene riconsegnata all'uscente se non vince la nuova gara. Questa potrebbe essere una formula alternativa che permetta ai concessionari di investire an-

che nel periodo terminale della durata della concessione, altrimenti non lo farebbero.

GERMONTANI (*Per il Terzo Polo: ApI-FLI*). Signor Presidente, intervengo brevemente perché il mio tempo è stato ampiamente e brillantemente utilizzato dal collega Strano.

Innanzitutto desidero ringraziare il Ministro. Tutti gli interventi hanno dimostrato l'interesse per il suo Ministero, che evidentemente non si occupa solo di turismo ma investe con le sue competenze molti altri settori. Turismo significa anche infrastrutture, perché non si può promuovere il turismo senza infrastrutture adeguate e di tutti i tipi, anche portuali; turismo vuol dire ambiente, cultura – come è stato ampiamente detto – e occupazione.

Un punto che volevo sottolineare, presente nella sua relazione, concerne l'importanza della collaborazione con il Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca per quanto riguarda gli istituti e le scuole alberghiere. Risiedo sul Lago di Garda ed ho esperienza di scuole alberghiere di grande importanza. I ragazzi che si diplomano in queste scuole non hanno alcun problema di occupazione, essendo già tutti «prenotati». Poiché questo è un dato positivo e rappresenta una nostra eccellenza (venendo costoro collocati non solo in alberghi piccoli e medi, ma in tutto il mondo con ottime remunerazioni), ritengo sia necessario puntare molto su questa formazione.

Lei ha parlato della necessità di rendere riconoscibile il prodotto Italia. Credo però che l'Italia di per sé sia già un grandissimo *brand*. Forse ultimamente abbiamo perso molto in immagine e credibilità internazionale, ma stiamo recuperando con un Governo ampiamente sostenuto dal Terzo Polo e da Futuro e Libertà.

Lei afferma che siano necessari grandi investimenti per raggiungere i risultati di cui parla al termine della sua relazione, ma ad un certo punto sarà necessario quantificare questi investimenti perché i settori di intervento sono tanti.

L'ultima questione concerne il tema dei laghi ovvero la necessità di non tener conto soltanto del sole e del mare, ma anche delle acque dolci e dell'importanza dei nostri laghi, piccoli e grandi come il lago presso il quale risiedo. Esso rappresenta indubbiamente una grande ricchezza, perché nel Lago di Garda sono presenti alcune ville romane e le terme di Cattullo, purtroppo però non opportunamente valorizzate ed anzi quasi abbandonate. Tutto questo necessita quindi di un'azione sinergica tra Ministeri e in particolare con quello per i beni e le attività culturali.

Sono consapevole del fatto che il suo compito sia molto ampio e anche se il suo Dicastero sembra per certi aspetti rivestire un ruolo secondario in realtà il problema sta proprio nel fatto che non si focalizza la sua importanza in modo adeguato. Noi però ne siamo consapevoli e credo che questa audizione lo abbia dimostrato.

GNUDI, *ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport*. Innanzi tutto desidero ringraziarvi per le domande, tutte pertinenti e ben focalizzate, per rispondere alle quali però è necessaria una relazione lunga il doppio di quella che ho appena svolto. Cercherò quindi di essere sintetico concentrandomi sui punti fondamentali.

Certamente esiste il problema Enit. Tralasciando ciò che non ha funzionato in passato, occorre guardare avanti e se vogliamo cercare un luogo in cui si concertino la programmazione e la promozione del turismo italiano all'estero questo deve essere necessariamente l'Enit. Verificheremo poi come modificare questo Ente, ma un intervento su di esso è indispensabile. Le risorse al momento sono purtroppo pochissime, visto che l'Enit dispone di 18 milioni di euro a bilancio, 15 dei quali destinati a coprire i costi fissi (la remunerazione dei propri dipendenti) e solo 3 milioni, con i quali non si può fare granché, da destinare agli investimenti nel settore. L'Enit, però, deve essere il luogo d'incontro con tutte le Regioni nel tentativo di portare avanti una politica di promozione del *brand* Italia.

Una volta viaggiando si vedevano manifesti che invitavano a visitare il nostro Paese; oggi invece si invitano i turisti a visitare alcune località che non solo i cinesi ma nemmeno gli italiani sanno dove si trovino. In Italia c'è un luogo bellissimo, il Metaponto, che viene pubblicizzato a Shanghai: il problema è capire quanta gente è in grado di collegare il Metaponto con l'Italia. Di esempi del genere sono in grado di portarne moltissimi. A Melbourne c'è un cartello che invita a visitare una certa provincia italiana che sono convinto nessun australiano sappia dove si trova. Sono soldi buttati che non servono assolutamente a nulla. Noi dobbiamo fare in modo che la gente venga nel nostro Paese; sono infatti convinto che, se arrivano in Italia, poi vanno volentieri a visitare anche il Metaponto, che è un posto bellissimo.

Ora, però, dobbiamo cercare di capire cosa sta accadendo. Come è stato giustamente evidenziato, solo il 2 per cento dei cinesi è venuto in Italia, peraltro per poco tempo; anzi, gran parte del turismo cinese in Italia è addirittura giornaliero perché i cinesi vanno a Milano per fare le spese e poi ripartono.

Dunque bisogna comprendere i motivi per cui non si sceglie il nostro Paese. Probabilmente finora non siamo stati capaci di attirare i *tour operator*. Inoltre, si pone il problema delle linee aeree: occorrerebbe fare convenzioni con linee aeree, magari anche cinesi, per portare il turismo in Italia. Aggiungo che i turisti cinesi hanno abitudini che purtroppo noi non sappiamo soddisfare, come ad esempio il fatto di avere il tè nella camera d'albergo, o altre questioni simili che potrebbero sembrare sciocchezze, mentre non lo sono affatto.

Ripeto che oggi il turismo si basa molto sul passaparola, attraverso i *social network*. In passato se una persona mangiava male in un ristorante veniva a saperlo solo qualche parente; oggi, invece, se in un ristorante si mangia male, viene immediatamente scritto su TripAdvisor e quindi comunicato a tutti. Poiché oggi le persone scelgono un ristorante anche sulla base delle opinioni pubblicate su TripAdvisor, questo tipo di pubblicità è

devastante. Per rimuovere una pubblicità negativa di questo tipo bisogna compiere sforzi enormi.

Dunque si deve interamente ripensare la promozione del turismo. Per questo motivo è necessario – lo ripeto – avviare una campagna stampa in Italia per educare gli italiani. L'Italia siamo noi: dobbiamo spiegare a tutti che, quando si tratta male un turista, si tratta male l'Italia. Non sarà facile, perché ciò richiede un cambiamento di mentalità. Il fatto di far pagare – come purtroppo spesso accade – una tariffa doppia in un albergo o in un ristorante è un suicidio per il Paese e per lo stesso ristoratore o albergatore che non avrà più clienti se il suo nome sarà stato segnalato su TripAdvisor.

Tornando ai temi sollevati, sottolineo che il codice del turismo è stato esaminato molto velocemente e quindi non è stato concertato con le Regioni, con le quali dunque si è creato un rapporto difficile. Noi cercheremo di rimediare provando a modificare gli aspetti del codice del turismo non condivisi dalle Regioni.

Per quanto riguarda il *Convention bureau*, ritengo si tratti di una buona idea, che però purtroppo non «cammina con le sue gambe». Sarebbe sicuramente molto importante intercettare il turismo congressuale. Ad esempio, a Rimini è stato costruito un bellissimo palazzo dei congressi, che ora però deve essere pubblicizzato.

SANGALLI (PD). In realtà, ne hanno fatto uno anche a Riccione!

GNUDI, *ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport*. In ogni caso, occorre che ci sia un'organizzazione. Il *Convention bureau* non vale niente se non viene appoggiato dalle Regioni: per quale motivo l'ordine dei medici di Stoccarda dovrebbe organizzare un congresso a Rimini piuttosto che a Riccione o a Palermo? Occorrono, dunque, un'organizzazione e soprattutto una concertazione con tutte le Regioni.

In ogni caso, non credo che per ora il *Convention bureau* abbia funzionato benissimo, ma cercheremo di migliorarne l'operato.

Sulla questione degli stabilimenti balneari sono certo che qualunque cosa si deciderà si commetterà uno sbaglio: una delle cose che ho capito da quando sono stato nominato Ministro è che sicuramente commetterò degli errori rispetto alla questione degli stabilimenti balneari.

Peraltro, il testo circolato «si è scritto da solo», perché non ho trovato alcuno che abbia detto di averlo fatto: ho chiesto a tutti, ma non ho trovato nessuno! In ogni caso, se non si vuole «uccidere» il settore, non si può pensare che le concessioni demaniali marittime possano avere un limite di quattro anni. Infatti, per fare una cosa seria e quindi per poter prevedere adeguati investimenti, tale limite è inconcepibile: nessuno fa un investimento per una concessione che dura solo quattro anni, perché in un periodo così breve non si ammortizza neanche una sdraio. Per realizzare investimenti di un certo tipo, occorre prevedere un periodo più lungo.

Comunque, il problema è al nostro esame e deve essere affrontato, per evitare il rischio di un'altra procedura di infrazione. Dobbiamo cercare

di non penalizzare la categoria, perché vi sono centinaia di migliaia di persone che lavorano nel settore.

Forse è vero che le concessioni sono state date a prezzi troppo bassi e che gli adempimenti fiscali non sono sempre perfetti. In ogni caso, si tratta di un settore che deve essere tutelato; anzi questa potrebbe essere l'occasione per avviare importanti investimenti.

PRESIDENTE. Quindi questo tema non verrà affrontato nel provvedimento che verrà emanato venerdì prossimo?

GNUDI, *ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport*. A me non risulta. Infatti, è stato già previsto un incontro per il 23 febbraio con gli interessati e con il ministro Moavero.

Sottolineo, però, che questi provvedimenti spesso vengono elaborati di notte. Ad esempio, quando abbiamo esaminato l'altro provvedimento, «volava» per il Parlamento una norma che prevedeva l'abolizione dell'Enit. Io non ne sapevo niente: ho chiesto a tutti, ma non ho mai saputo chi avesse scritto quella norma.

Inoltre, insieme al Ministro dello sviluppo e soprattutto insieme al Ministro degli affari esteri stiamo studiando un progetto per far sì che il nuovo Ice faccia capo al Ministro degli affari esteri: l'idea è di chiudere molti uffici dell'Enit (che servono solo a pagare lo stipendio del personale) e di creare una nuova struttura, che non so neanche come si chiamerà ma dipenderà sempre dall'Enit e svolgerà il servizio della promozione turistica. Tale struttura farà capo all'ambasciata.

Quanto alle disponibilità finanziarie, sottolineo che l'Enit ha risorse molto scarse, così come lo sono anche quelle del mio Dicastero. Il Ministero del turismo complessivamente dispone di circa 35 milioni di euro: si tratta di una cifra con cui non si può fare molto. Il mio Ministero, però, non deve essere un ministero di spesa, proprio perché non ha le risorse finanziarie per spendere, ma deve essere un ministero di proposte e di regia. Dobbiamo proporre nuove idee, mettendole in pratica con il concorso delle Regioni che viceversa dispongono di notevoli risorse: non sono riuscito a capire nello specifico quali siano le risorse attribuite al turismo, ma la somma di tutte le voci collegate al turismo è pari a circa 900 milioni di euro. Si tratta, dunque, di una cifra importante. È necessario, però, mettersi d'accordo, cosa non sempre facile.

Naturalmente si pone il problema fiscale. In questo momento è piuttosto complicato chiedere al Governo di prevedere riduzioni di carattere fiscale; forse questo problema potrà essere affrontato più avanti, insieme ad altre questioni che pure riguardano aspetti di carattere fiscale. Ripeto, però, che questo non è il momento, data la situazione che stiamo vivendo sui mercati internazionali.

Certamente bisogna cercare di utilizzare, come giustamente è stato richiesto, i fondi Fas disponibili: in Italia abbiamo la tradizione di non riuscire mai ad usare questi fondi. Mi occupai di questo problema nel 1994, quando ne usavamo solamente il 10 per cento. È una vergogna, perché la

gente non si dimentica che sono soldi nostri che, tramite IVA, vengono dati in Europa e che per nostra negligenza non riusciamo ad incassare: si tratta di miliardi.

È stato fatto l'esempio di Torino; è un esempio che tutti dovrebbero seguire, un esempio di come si possa gestire una città e riconvertirla al turismo, un esempio virtuoso. Dopo le Olimpiadi Torino ha avuto tassi di incremento addirittura del 18 per cento. Ho studiato il problema di Torino, ho studiato anche come sono state fatte queste commissioni presiedute sempre dal sindaco – cosa importante – per rilanciare Torino in tutti i vari settori. È stato fatto un buon lavoro, bisogna darne atto. Il buon lavoro o il cattivo lavoro si misura successivamente con i risultati, e i risultati ci sono. Credo che Torino sia un esempio che altre città dovrebbero imitare.

Certamente sono importanti i distretti turistici: è un progetto ancora acerbo, appena avviato che forse andrà elaborato. Però uno dei progetti che vogliamo realizzare (che non è un distretto turistico, ma qualcosa di simile) riguarda le catene di eccellenza, soprattutto al Sud. Per esempio in Puglia ci sono delle masserie che danno ospitalità; si pensa a catene di queste masserie che debbano rispondere a *standard* di qualità fissi, aderire ad un marchio, che si cercherà poi di vendere con il *tour operator*. Una cosa analoga si può fare in Sicilia, dove ci sono bellissime residenze utilizzate come alberghi: si potrebbe pensare ad una catena, una specie di *Relais & Chateaux*, e ad un marchio da vendere con i *tour operator* che porterebbe un turismo di qualità.

Se un gestore apre una masseria e non riesce a comunicarlo, fa fatica ad intercettare il turista. Potrebbe invece inserirla in un pacchetto da vendere ai *tour operator*, magari collegato con gli spettacoli o con il turismo sportivo. Se in Sicilia, invece di realizzare tanti stabilimenti che hanno chiuso, avessero fatto tanti campi di golf, probabilmente oggi il livello...

STRANO (*Per il Terzo Polo: ApI-FLI*). Nel 2011 abbiamo avuto tre Open mondiali di golf.

GNUDI, *ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport*. Si può vedere quello che hanno realizzato a Marbella, che è un posto bruttissimo, dove c'è sempre il vento, spesso fa freddo, ma tutto l'anno è pieno di turismo, fra le altre cose ricchissimo. La Sicilia poteva essere tre volte Marbella se ci fossimo mossi prima; lì c'è tutto, il clima splendido, il buon cibo.

Napa Valley negli Stati Uniti, dopo Disneyland, è la seconda località più visitata in America. Ma quanti posti più belli di Napa Valley abbiamo in Italia, in Toscana, in Puglia, in Sicilia: basta riuscire ad organizzarli e a metterli in rete. Se una persona apre una cantina ai visitatori e cerca di organizzare un minimo di turismo nella sua cantina, se è l'unica non andrà da nessuna parte: si deve creare una rete, un marchio, in modo che il visitatore abbia la possibilità di girare. Sembrano banalità, però tutti questi piccoli tasselli, messi insieme, costituiscono il turismo su cui ci dobbiamo

battere. Infatti nel turismo balneare (a parte gli amici di Rimini, che sono dei geni e riescono ad inventarsi delle novità tutti i giorni) soprattutto sui costi non siamo vincenti, non c'è niente da fare, perché il nostro cameriere giustamente non andrà mai a lavorare a 200 euro al mese, perché morirebbe di fame.

Quella della formazione è una questione importante. Per quale motivo abbiamo un livello di formazione così basso? Questo deriva dal fatto che dopo la guerra, quando l'Italia da Paese agricolo è diventata Paese industriale, l'emigrazione dalla campagna alla città è stata assorbita dal commercio e dal turismo, però in strutture piccole. Infatti, abbiamo una rete di piccoli alberghi inefficienti e abbiamo purtroppo anche una rete di negozi altrettanto insufficienti rispetto alle esigenze dei consumatori. Quindi, certamente, è un problema che viene da lontano e non si cambia dalla sera alla mattina: ci vogliono piani a lungo termine ed occorrono dei soldi. Però questa è la nostra vocazione, la vocazione del nostro Paese. Non lo dico perché sono il Ministro del turismo, ma questo dovrebbe essere uno dei Ministeri più importanti del nostro Paese. Se non scommettiamo sul turismo, sul resto abbiamo già perso. Non pensiamo di riuscire a vincere la scommessa dell'alta tecnologia; faremo fatica e avremo sempre dei segmenti piccolissimi. Se non riusciamo a vincere questa scommessa il Paese inevitabilmente andrà verso il declino, ma io credo che abbiamo tutte le possibilità di farlo. Bisogna volerlo, bisogna anzitutto investire, cosa che nel passato non è stata fatta, e dotarsi di quella rete di infrastrutture necessarie.

Un altro fenomeno importantissimo è rappresentato dai voli *low cost*. In Puglia i voli *low cost* hanno cambiato il turismo. Infatti il turismo di oggi in Puglia, rispetto a quello di solo cinque anni fa, è cambiato completamente, perché queste compagnie *low cost* riescono a volare a prezzi bassissimi e a convogliare migliaia di turisti.

Si dice che bisogna guardare agli esempi esteri. Il museo realizzato in Spagna da Frank O. Gehry è visitato ogni anno da 4 milioni di persone, in una città bruttissima in cui non andava nessuno. Tutte queste cose le possiamo fare, perché in gran parte le abbiamo già.

Una volta a Napoli, che è una delle città più belle del mondo, una domenica pomeriggio di una splendida giornata di settembre sono andato a vedere l'antro della Sibilla cumana, che è uno dei luoghi più belli del mondo. Ebbene, eravamo in tre. Non abbiamo bisogno di fare il museo di Gehry: basta che spieghiamo alla gente che abbiamo l'antro della Sibilla cumana da andare a vedere.

Soldi non ce ne sono, però vorrei cercare di mettere in rete più risorse possibili, in modo da coinvolgere sempre di più. Se fra cinque anni, quando avremo il prossimo rapporto dell'Accademia del turismo cinese, invece del 2 per cento avremo il 5 per cento di presenze sarebbe già un successo enorme.

Quanto alla tassa di soggiorno, ricordo che una volta esisteva, poi è stata tolta e poi nuovamente ripristinata senza che nessuno se ne lamentasse. In alcune regioni, come l'Alto Adige, c'è ancora. La tassa di sog-

giorno in fondo c'è sempre stata e sarebbe giusto che andando a prelevare soldi dal turismo il corrispettivo fosse poi destinato allo sviluppo del medesimo settore. Purtroppo però in questo momento distogliere flussi di cassa dal Ministero dell'economia non è affatto facile, ma certamente nel medio periodo questo problema andrà affrontato.

Finora nella mia vita ho fatto mestieri diversi e quindi io stesso faccio fatica ad adeguarmi ai riti di cui parlava il senatore Strano. Tuttavia ho ben capito che se non si fanno questi riti non si va da nessuna parte e quindi credo sia giusto farli.

PRESIDENTE. Ringrazio il ministro Gnudi per le preziose informazioni che ha fornito alla Commissione.

Comunico ai colleghi che la documentazione consegnata dal Ministro, non essendovi impedimenti da parte di quest'ultimo, sarà pubblicata sul sito web della Commissione. Se non vi sono osservazioni, così resta stabilito.

Dichiaro conclusa la procedura informativa in titolo.

I lavori terminano alle ore 16,30.

