



Giunte e Commissioni

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 23

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

AUDIZIONE DEL MINISTRO PER GLI AFFARI REGIONALI,
IL TURISMO E LO SPORT, PIERO GNUDI, SUL PIANO
STRATEGICO PER IL TURISMO

336^a seduta: lunedì 29 ottobre 2012

Presidenza del presidente CURSI

I N D I C E**Audizione del ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport Piero Gnudi
sul Piano strategico per il turismo**

* PRESIDENTE	Pag. 3, 11, 16 e passim	<i>BERGAMI</i>	Pag. 3, 22
ARMATO (PD)	12, 22	<i>PIANON</i>	11, 21
CAGNIN (LNP)	19		
GHIGO (PdL)	15, 16		
* GNUDI, ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport	3, 11, 20		
PISCITELLI (CN:GS-SI-PID-IB-FI)	18		

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 (Grande Sud-Sì Sindaci-Popolari d'Italia Domani-Il Buongoverno-Fare Italia): CN:GS-SI-PID-IB-FI; 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-Movimento dei Socialisti Autonomisti: Misto-MSA; Misto-Partito Repubblicano Italiano: Misto-P.R.I.; Misto-SIAMO GENTE COMUNE Movimento Territoriale: Misto-SGCMT.

Interviene il ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport, Piero Gnudi, accompagnato da Massimo Bergami, consigliere economico del Ministero, e Nicola Pianon.

I lavori hanno inizio alle ore 15.

PROCEDURE INFORMATIVE

Audizione del ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport Piero Gnudi sul Piano strategico per il turismo

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione, ai sensi dell'articolo 46 del Regolamento, del ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport, Piero Gnudi, sul Piano strategico per il turismo.

Comunico che, ai sensi dell'articolo 33, comma 4, del Regolamento, è stata chiesta l'attivazione dell'impianto audiovisivo e del segnale audio con diffusione radiofonica, nonché la trasmissione sul canale satellitare e sulla *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 prosieguo dei lavori.

Sono presenti, oltre al ministro Gnudi, che ringrazio per aver accettato il nostro invito, il professor Massimo Bergami, consigliere economico del Ministero, ed il dottor Nicola Pianon.

Cedo subito la parola al ministro Gnudi, invitando sin d'ora i colleghi a limitare gli interventi ad un rappresentante per Gruppo, in modo da evitare che possano sorgere discussioni o polemiche di altra natura.

GNUDI, *ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport*. Buongiorno a tutti.

Innanzitutto vorrei scusarmi con voi perché, a causa di alcuni momentanei problemi di voce, oggi purtroppo mi limiterò a sussurrare. Non ho voluto però rinviare questo incontro finalizzato alla presentazione del Piano strategico per il turismo, stante la centralità del turismo nell'agenda del Governo.

Se mi è possibile, passerei subito la parola al professor Bergami, affinché illustri lo studio predisposto dal Ministero relativamente al Piano strategico per il turismo, lasciando poi alla fine lo spazio per svolgere eventuali considerazioni.

BERGAMI. Buongiorno a tutti. Sono Massimo Bergami, professore dell'università di Bologna, e sono qui oggi nella veste di consigliere economico del ministro Gnudi. È qui con me anche il dottor Pianon, *partner*

del The Boston Consulting Group, che ci ha assistiti nella predisposizione del piano.

Per illustrare il piano mi servirò della proiezione di alcune *slides*, facendo riferimento ad un documento composto da due sezioni. La prima sezione è sostanzialmente una sintesi del piano complessivo: considerata infatti l'ampiezza dello stesso – oltre 300 pagine – abbiamo pensato di fare qui una presentazione molto più snella. La seconda sezione sintetizza invece il piano di azione che proporremo al Governo nel brevissimo periodo.

La redazione di questo Piano è iniziata nel mese di maggio e si è conclusa nel mese di ottobre. È stato un processo molto inclusivo, che ha visto coinvolti numerosi soggetti. Abbiamo raccolto tutta la documentazione disponibile sul tema, così da recuperare anche lavori fatti in precedenza. Abbiamo svolto alcune indagini sul campo, in particolare una ricerca su 350 *buyer* internazionali, due approfondimenti direttamente sui consumatori, con specifico riferimento al mercato russo e cinese.

Il The Boston Consulting Group si è poi occupato del grosso del lavoro, intervistando circa 100 soggetti appartenenti a 70 organizzazioni, che includono investitori, *tour operators*, agenzie, hotel, infrastrutture, associazioni di categoria, organizzazioni di settore, vettori ed esperti di temi *consumer*.

Il lavoro ha coinvolto molto da vicino anche le Regioni, che abbiamo sentito e con le quali abbiamo ragionato a più riprese, presentando loro di recente una bozza provvisoria del piano.

Per darvi solo un'idea del modo in cui si è proceduto, ricordo che il processo per la realizzazione del Piano è stato varato in occasione di un incontro con il Presidente del Consiglio e con i Ministri maggiormente coinvolti considerato che, com'è noto, quello del turismo è un settore molto trasversale. Ci tengo a precisare che un documento preliminare è stato già presentato al Presidente del Consiglio e che, dopo aver incontrato alla fine della scorsa settimana la X Commissione della Camera, siamo oggi qui in Senato.

L'obiettivo di questo lavoro è di predisporre un piano di azioni che potranno essere realizzate da qui al 2020 e che dovrebbero portare, nel 2020, ad un incremento di circa 30 miliardi di PIL e di circa mezzo milione di posti di lavoro. Tengo subito a precisare che tra le diverse stime che si potevano effettuare questa non è di certo una delle più ambiziose: direi che è una stima moderatamente conservativa. I risultati che ho indicato si otterrebbero comunque mantenendo piatta la domanda interna e, quindi, senza aumento della stessa: l'incremento deriverebbe esclusivamente dalla crescita del turismo internazionale.

Molto brevemente, cercando di sintetizzare il quadro della domanda in Italia, comincio col dire che il nostro turismo è cresciuto molto significativamente negli ultimi dieci anni, dal 2000 al 2010. Mi riferisco alla spesa dei viaggiatori internazionali nei Paesi dell'Europa occidentale e del bacino del Mediterraneo, con un incremento medio del 7,7 per cento e con un'aspettativa di incremento ulteriore dal 2010 al 2020 – sempre

considerando i valori medi – di circa il 5 per cento. A fronte di questo andamento, la crescita del nostro Paese derivante dal turismo internazionale è inferiore al 2 per cento, quindi al di sotto dell'incremento medio del 7,7 per cento del bacino di riferimento.

Ciò ha comportato evidentemente una perdita di quota: se altri, infatti, sono cresciuti più velocemente di noi, questo significa che noi abbiamo perso un po' di quota. Ciò nonostante, il peso del turismo sul PIL e sull'occupazione è molto rilevante: per quanto riguarda gli elementi più significativi, c'è da considerare lo sviluppo derivante prevalentemente dai nuovi Paesi emergenti a crescita rapida e dai clienti *affluent* dell'Europa occidentale, quindi da segmenti alti, ad elevata quantità di spesa.

Si è modificata un po' la competizione, nel senso che l'accesso diretto ai canali digitali ha portato alla disintermediazione del turismo e quindi sostanzialmente ad un «fai da te» da parte dei turisti più evoluti. Ciò ha portato contemporaneamente anche ad uno slittamento verso il basso dei segmenti meno competitivi dal punto di vista dei prezzi, ma soprattutto del contributo in termini di valore.

L'Italia ha una base di risorse invidiabile dal punto di vista turistico, ma ha tutta una serie di criticità che hanno determinato la perdita di quote di mercato di cui parlavo prima.

Se in qualche modo vogliamo fare delle scelte, i segmenti prioritari per il nostro Paese sono quelli che arrivano dai Paesi ad alta crescita, inclusi i Paesi del Golfo, i cinesi, i russi, gli indiani ed i clienti *affluent* dell'Europa occidentale, tutto questo ovviamente senza perdere posizioni sui nordamericani, che rappresentano sempre un pezzo di domanda rilevante, nonché su altri gruppi di clienti sui quali potrò soffermarmi in seguito.

Come sapete, il turismo offre un contributo molto rilevante al PIL ed all'occupazione. Il nostro Paese, che fino a poco tempo fa era il Paese *leader*, è però oggi al terzo posto, sia in termini di valori assoluti, che di incidenza sul PIL nazionale e sui posti totali di lavoro.

Quindi, senza tornare indietro agli anni Ottanta, basta soffermarsi sugli anni dal 1995 al 2000 per verificare che in quel periodo l'Italia guidava il gruppo di Paesi che sono i nostri *competitor* più diretti: Spagna, Francia, Germania e Regno Unito.

Per quanto riguarda la perdita di quota, voglio precisare che essa per molti aspetti è una conseguenza fisiologica dell'allargamento del mercato, dell'entrata di nuovi attori ed, in particolare, della crescita di mercati *extra* europei. È perciò evidente che non si tratta di una perdita di quota determinante e da diminuzione, ma è fisiologica. Occorre però rilevare che l'Italia ha perso quota più velocemente di altri Paesi.

Se guardiamo ai viaggiatori internazionali, possiamo vedere che non siamo al primo posto in nessuno dei Paesi che sono nel nostro *target*. Teniamo presente che questa classificazione è l'esito di una segmentazione che vede anzitutto una distinzione tra i viaggiatori a corto raggio e i viaggiatori a medio e lungo raggio, che hanno rispettivamente comportamenti diversi. La segmentazione ha inoltre agito anche rispetto all'interesse e al

tipo di domanda, che, ad esempio, può avere come riferimento il turismo religioso, balneare, delle città d'arte e della cultura, sportivo e così via.

Il Paese ha ancora delle potenti aree di forza, ma anche elementi di criticità che intervengono su tutte le leve di intervento più rilevanti; *governance* del turismo, canali di vendita, offerta di prodotti, ricettivo, trasporti e infrastrutture, formazione e competenze, investimenti, assetto normativo e modalità con cui avviene la comunicazione e la promozione. Tutto ciò non è frutto della fantasia del gruppo di lavoro e neanche della società che ci ha affiancato, ma è sostanzialmente il risultato abbastanza unanime delle interviste effettuate con i principali operatori che, peraltro, sono convergenti con le questioni emerse dalla grande ricerca che ha interessato i 350 *buyer*.

L'Italia, a parte due dimensioni (qualità-prezzo e qualità delle infrastrutture del ricettivo), è considerata dai *buyer*, che in questo caso evidentemente interpretano la domanda, superiore a Francia e Spagna, nostri *competitor* diretti, su tutte le dimensioni più rilevanti, per attrazioni naturali, storico-artistiche, enogastronomiche ed opportunità di *shopping*. Vorrei infatti rilevare, senza esprimere giudizi di valore, che il turismo legato allo *shopping* sta diventando molto rilevante a livello internazionale.

Per quanto riguarda l'ospitalità, siamo abbastanza allineati. Il quadro è invece peggiore per quello che riguarda la qualità delle infrastrutture e del ricettivo e il rapporto qualità-prezzo.

Rispetto a queste leve di criticità, tutte le analisi, le interviste e le ricerche hanno mostrato sostanzialmente i punti deboli del settore turistico italiano.

Vorrei anzitutto evidenziare il meccanismo inefficace di gestione e di *governance* nel rapporto tra Stato e Regioni, che è conseguenza diretta della modifica al Titolo V della Costituzione. Il turismo è infatti diventato completamente materia regionale, con un basso livello di coordinamento nell'azione di promozione del turismo tra i diversi soggetti e con tutte le diverse frammentazioni. Infatti, non sono coinvolte soltanto le Regioni, ma in alcuni casi anche le Province e i Comuni. C'è quindi il senso di un'azione non coordinata, che da una parte ha il vantaggio di valorizzare singoli territori, ma dall'altra si dimostra completamente inefficace ad affrontare i mercati internazionali e, in particolare, i mercati emergenti.

Ad esempio, in Cina, difficilmente sanno dove si trova Brisighella e difficilmente ci andranno. Pertanto, promuovere dei piccoli prodotti turistici, per quanto rilevanti per l'identità dei territori, in termini di competitività internazionale, ci mette in una posizione di minore efficacia rispetto a quella che potremmo realizzare.

Vi è poi il problema dell'Agenzia nazionale del turismo (Enit), che è percepito, in maniera abbastanza unanime, come un «carrozzone»; un'istituzione poco efficace, di cui, invece, c'è grande necessità, perché potrebbe svolgere un ruolo di forte coordinamento a livello centrale, ma non ha le professionalità adeguate a quelli che sono stati gli attuali cambiamenti del settore turistico. Vi è inoltre un problema anche in termini di risorse, se

pensiamo che il *budget* è in stragrande maggioranza dedicato all'organizzazione e poco alle attività esterne.

Dal punto di vista della struttura, le nostre strutture ricettive sono mediamente vecchie o obsolete, molto frammentate e con dimensioni unitarie molto basse. Ciò comporta il fatto che esse non abbiano la forza necessaria per competere dal punto di vista delle risorse che possono investire per la promozione o per i servizi, ma anche dal punto di vista delle competenze interne, perché difficilmente sono strutture che riescono a seguire un percorso di managerializzazione e tanto meno di proiezione internazionale. Questa estrema frammentazione, che è una delle caratteristiche del sistema produttivo italiano, trova un'esasperazione molto forte sul turismo.

Un altro tema è l'invecchiamento dell'offerta; dopo la costa Smeralda non c'è stato alcun nuovo prodotto. Non vi è quindi un prodotto nuovo da 50 anni. Le cinque Regioni del Centro-Nord fanno il 70 per cento delle notti e il 91 per cento della crescita; tutto questo porta ad ampliare ulteriormente il divario con le Regioni del Sud e a perdere una grandissima opportunità per il Meridione, che non vede valorizzata l'enormità delle sue risorse per sviluppo economico, occupazione e così via.

Inoltre il sistema delle infrastrutture e dei trasporti non è adeguato ed è poco reattivo. Siamo poco focalizzati e, a causa dei precedenti motivi, riusciamo ad essere poco competitivi sui segmenti che stanno esplodendo. Infatti, se dal punto di vista del valore assoluto prendere oggi il 10 per cento del mercato cinese può voler dire poco, dal momento che questo sta crescendo rapidamente, nel giro di poco tempo prendere quel 10 per cento e tenerlo potrebbe voler dire molto.

Siamo poi molto impreparati sui canali digitali. Oggi essere sul *web* non significa avere una vetrina *Internet*, come invece si pensava precedentemente, perché le cose cambiano rapidamente; significa invece essere molto presente su tutti i canali digitali, sul *mobile*, sui *social media* ed essere veramente attivi in questo campo, su cui invece siamo impreparati.

Per quanto riguarda la formazione, essa appare non adeguata alle esigenze del mercato, a partire dalla scuola alberghiera per finire al *post-laurea*. Vi è un grande scollamento tra le domande e l'esigenza reale del mercato, da una parte, e la capacità di formazione del nostro sistema, dall'altra.

Desidero poi affrontare un penultimo punto – che non ho riservato alla conclusione del mio intervento perché sia meno importante, tutt'altro – relativo al fatto che è stata data una priorità troppo bassa al settore e non è stato messo al centro dell'agenda di Governo. Anche culturalmente, il turismo è associato ad un'idea di residualità: basti pensare alle scelte occupazionali dei giovani, tra i quali va a lavorare in questo settore chi pensa di avere meno prospettive in altri; si tratta invece di un grave errore, perché il settore dovrebbe certamente essere messo al centro dell'azione, viste le opportunità che si porta dietro.

Con riferimento alla frammentazione dell'offerta cui ho fatto precedentemente cenno, sottopongo alla vostra attenzione i dati impressionanti che sono illustrati nelle *slide* che vi mostrerò a seguire: confrontando la

capacità alberghiera di Spagna e Italia in milioni di letti nel 2010, la prima – che ha 15.000 alberghi, rispetto ai nostri 34.000 – ha realizzato un numero di notti molto più alto del nostro perché, presentando una diversa struttura dell’offerta, ha anche un tasso di occupazione delle camere molto diverso, e quindi il numero di notti per letto in proporzione è più alto del nostro (pari a 190, rispetto a 109). Le imprese che si occupano del settore sono quindi molto più competitive e riescono anche ad avere un diverso livello di redditività.

Volendo poi analizzare lo spaccato di un dato che vi ho fornito in precedenza, va sottolineato che cinque Regioni (Veneto, Trentino-Alto Adige, Toscana, Lazio e Lombardia) hanno generato il 91 per cento della crescita: questo, a nostro avviso, è molto rilevante, perché rende la dimensione delle opportunità in termini di crescita sulle altre Regioni.

Per passare dal profilo diagnostico di questa panoramica a quello pratico, nel Piano strategico per il turismo abbiamo individuato sette linee guida da seguire nelle azioni concrete da mettere in campo. In primo luogo, occorre concentrarsi sulla *governance*, quindi sul potenziamento del supporto e del coordinamento centrale. Voglio essere molto esplicito: nessuno sta pensando di accentrare completamente la materia del turismo, ma di riequilibrare uno sbilanciamento che forse, essendo andato troppo verso la periferia, ha bisogno di una maggiore azione di coordinamento. Si deve pensare sostanzialmente ad una materia concorrente, quindi molto rispettosa delle identità regionali, ma che, attraverso un forte coordinamento centrale, riesca a bilanciare le due dimensioni.

In secondo luogo, il rilancio dell’Enit rappresenta per noi il nodo principale, senza il quale riusciremmo a fare poco: questo, però, non significa mettervi nuove risorse economiche – o forse significa anche questo, ma non solo – bensì soprattutto cambiare il modo in cui lo consideriamo, ossia da ente che si occupa di promozione dovrebbe diventare l’ente che si occupa della promo-commercializzazione. L’Italia non ha bisogno di essere promossa, perché tutti la conoscono ed è in cima ai desideri di viaggio in tutto il mondo: non serve sottolineare quanto sia bella, ma realizzare un’offerta moderna ed organizzata, che risponda ad una domanda globale, che comprende tutto il viaggio, dal momento in cui si esce di casa fino a quello in cui si torna. Tutto questo è turismo, pertanto dobbiamo riuscire ad organizzare un’offerta più moderna.

Altro compito cui dovrebbe assolvere l’Enit, spostandosi dalla promozione alla promo-commercializzazione, è diventare la fabbrica dei diversi prodotti anche per le Regioni, immaginandoli ed aiutandole a confezionarli, magari accorpando per temi omogenei quelle convergenti, anche come tipologia di turisti. L’Enit deve poi presidiare la strategia digitale del turismo italiano, per creare un *lab* di competenze intorno alle quali riuscire ad essere veramente presente sui canali digitali.

In terzo luogo, occorre migliorare l’offerta, il che significa focalizzarsi su quei trenta o quaranta poli prioritari che presentano il potenziale più alto in termini di contributo e fanno riferimento prevalentemente ai segmenti BRIC e *affluent*, di cui si è parlato prima.

In quarto luogo, il settore ricettivo deve essere riqualificato e consolidato: sotto un certo profilo ciò può implicare una diminuzione del numero degli esercizi, ma dall'altro canto il fatto che gli operatori possano anche condividere alcune parti della catena del valore e della loro organizzazione per risultare maggiormente efficaci e operare su scala diversa, pur mantenendo la loro dimensione limitata.

In quinto luogo, per quanto riguarda i trasporti, nei nuovi piani per gli aeroporti e nei nuovi piani delle infrastrutture occorre tener conto dei bisogni del turismo, perché si tratta di un tema molto rilevante. Ad esempio, qualche *tour operator* ha espresso preoccupazione non per il fatto che in Sicilia non vi sia un aeroporto intercontinentale, ma per il fatto che, per usufruire di tutta la sua ricchezza, non si sappia come arrivarvi una volta giunti a Fiumicino: il punto è creare interconnessioni e riuscire a mettere in rete le risorse.

In sesto luogo, vanno potenziate formazione e competenza, delle quali abbiamo già parlato, dato che si tratta di una delle priorità ribadite da ogni parte.

Infine, vi sarebbero capitali da investire sullo sviluppo di nuovi poli turistici, ma (soprattutto se vengono dall'estero) essi si scontrano sempre con un certo grado di incertezza legato alla burocrazia. Vi sarebbe quindi disponibilità ad essere più attivi in Italia, se si trovassero situazioni di maggior certezza.

Non entrerò nel merito delle singole azioni, perché, al di là delle suddette linee guida suggerite dal Piano strategico per il turismo, nella documentazione che abbiamo lasciato agli atti è contenuto un elenco di circa cinquanta azioni concrete da realizzare, che fanno riferimento a quattro grandi blocchi tematici che corrispondono ad aree d'intervento: la *governance* del turismo, il rilancio dell'Enit, il miglioramento dell'offerta e gli investimenti da mettere in campo. Tali azioni di dettaglio definite dal Piano sono state prioritizzate su tale matrice in base al loro impatto economico ed alla loro velocità d'esecuzione. Alcune, infatti, hanno un basso impatto, altre ne presentano uno diverso; altre ancora sono difficili da realizzare, quindi potrebbero richiedere molto tempo, mentre ve ne sono poi delle ulteriori che risultano più facili o comunque sono realizzabili in tempi più brevi: evidentemente dobbiamo dare priorità a quelle che possono essere avviate immediatamente, ma avere un alto impatto (le trovate tutte elencate nella documentazione cui facevo cenno).

In sintesi, tra le azioni di breve periodo per il Governo rientrano piccoli interventi legislativi che possono servire a lanciare il Piano e il finanziamento di alcuni strumenti esistenti. Ve ne sono poi alcune che può fare direttamente il Ministero del turismo – che tra l'altro sta già facendo – mentre altre, che sono del Governo, fanno maggior riferimento a sedi come i tavoli di lavoro interministeriali. Tra gli interventi legislativi di breve periodo figura la suddetta proposta di trasformare l'Enit in una S.p.A., che prevede anche la possibile partecipazione di soggetti esterni quali le Regioni o, più facilmente, Unioncamere, che è molto articolata sul territorio. L'Enit così potrebbe occuparsi delle tre operazioni che ab-

biamo ricordato, ossia realizzare la promo-commercializzazione, diventare la fabbrica dei prodotti per le Regioni e attuare la strategia digitale. Il motivo del passaggio a S.p.A. è aumentarne la flessibilità, anche allo scopo di attrarre le risorse e le competenze necessarie ad operare in settori nuovi.

L'armonizzazione della tassa di soggiorno in un'unica tassa di scopo da destinare ai Comuni, che sarebbe quindi omogenea, renderebbe possibile un investimento di sostegno alle attività turistiche.

Con riferimento poi alla suggerita «rottamazione» delle strutture ricettive obsolete di piccole dimensioni, va innanzi tutto precisato che il termine è stato usato senza pensare al significato che ha assunto recentemente, ma per rispondere all'idea che vi sono strutture già fuori dal mercato, che però rimangono legate al settore semplicemente per la difficoltà nel cambio di destinazione d'uso. Quest'ultimo va dunque facilitato per le strutture marginali, obsolete e non redditizie affinché possano trovare un'altra destinazione, cosa che potrebbe facilitare il consolidamento del mercato (e sto parlando di facilitare, non di imporre il cambio di destinazione d'uso).

C'è in campo il tema molto forte dell'incentivazione della produzione di *film* stranieri (senza che serva citare grandi classici, come «Vacanze Romane», o alcune serie televisive, che hanno portato grandi flussi turistici in località che hanno reso famose): probabilmente occorre riuscire ad attrarre nel nostro territorio produzioni cinesi o indiane, che potrebbero diventare un grande *spot* per il Paese, soprattutto al Sud e nelle località turistiche.

Si può inoltre ragionare su un Fondo nazionale per lo sviluppo del turismo, probabilmente all'interno di fondi già esistenti, per effettuare investimenti. Gli eventuali ricavi addizionali derivanti da un incremento dei visti turistici – che resta uno dei temi molto rilevanti, anche se ne ho parlato poco – si dovrebbero inoltre destinare al Fondo per la promozione turistica.

Per quanto riguarda il finanziamento degli strumenti esistenti è necessario, solo per il 2013, sostenere il settore mediante una forte azione di attrazione della domanda internazionale, perché la domanda interna, secondo le previsioni, farà molta fatica a risalire per tutto il prossimo anno. Occorre rafforzare la norma sulle reti d'impresa, che è già compresa nel primo decreto per lo sviluppo, che consente, appunto, agli operatori turistici di fare rete su alcuni segmenti, quali l'amministrazione, le prenotazioni, la promozione od altro. Nel documento sono elencate tutte le azioni di breve periodo del Ministro del turismo e le aree di collaborazione con gli altri Ministeri.

A pagina 26 del documento sono poi elencati i prossimi passi da compiere. L'idea è di portare questo progetto, dopo la presentazione alle Commissioni parlamentari, nuovamente al Comitato guida dei Ministri e poi al Consiglio dei Ministri per giungere, nel mese di gennaio, ad un momento di grande approvazione con tutti gli operatori del settore ed i soggetti coinvolti nell'ambito della Conferenza nazionale del turismo. Siamo infatti convinti che questo piano sia un primo contributo e per que-

sto destinato ad essere discusso e valutato e ad accogliere suggerimenti e proposte da parte di tutti. Chiedo al dottor Pianon se ritiene che ci siano ancora aspetti rilevanti da sottolineare.

PIANON. Direi di no. Approfitterei, anzi, del tempo che abbiamo davanti per rispondere alle domande dei senatori. Credo che sia più interessante per la Commissione se rispondiamo più dettagliatamente su questioni che dovessero emergere dai loro quesiti. Infatti, è vero che il piano è stato molto articolato, ma in questa sintesi ne abbiamo affrontato i punti chiave.

GNUDI, ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport. Questa è l'estrema sintesi di un documento di 150 pagine, mentre l'argomento è molto più complesso.

Tra tutte le cause che sono state indicate, per cui l'Italia negli ultimi anni ha perso gran parte del suo turismo, mi pare ce ne sia una sola veramente importante: in Italia il turismo non è mai stato al centro dell'agenda di nessun Governo, né a livello locale, né a livello regionale. Il turismo è sempre stata un'attività di seconda categoria. Un esempio lo abbiamo al Sud: quando negli anni Cinquanta e Sessanta si pensò di rilanciare il Sud, furono spesi dai Governi del tempo migliaia di miliardi di lire – perché di queste cifre si parla – solo ed esclusivamente per le industrie e adesso ci troviamo con delle enormi cattedrali nel deserto completamente inutilizzate. Se avessimo speso un centesimo di quello che abbiamo speso per una sbagliata industrializzazione del Sud in misure volte ad incrementare il turismo, oggi il Sud sarebbe un'altra cosa. Ne abbiamo un esempio davanti agli occhi che è il Sud della Spagna, che era poverissimo, ma ha avuto un enorme sviluppo economico proprio grazie al turismo (si pensi a Marbella). Speriamo che nei prossimi anni non si ripetano gli stessi errori.

PRESIDENTE. Grazie, signor Ministro, e grazie anche al professore Bergami per l'illustrazione di questo documento che costituisce l'avvio di un confronto estremamente importante e significativo sul tema del turismo.

Penso che l'obiettivo più importante, qual è definito a pagina 25 del documento, siano le azioni di breve periodo. Voi parlate di avvio del processo di revisione del Titolo V della Costituzione, ma chi ha avviato tale processo sa che non sarà possibile portarlo a conclusione in questa legislatura: è una promessa elettorale, mi si passi il termine, visto e considerato che di promesse ne sono state fatte tante negli ultimi 50 anni. Anche in questo comparto si continua a fare una promessa elettorale, perché è importante parlare di un processo di revisione costituzionale, con l'opportuno inserimento del turismo tra gli argomenti da dover riportare al centro dell'attenzione, insieme all'energia e ai trasporti, ma tale processo prevede un doppio passaggio di approvazione parlamentare. Dato il clima attuale, dovrebbero passare altri otto o nove mesi per arrivare ad un'approvazione

definitiva, anche ammessa l'ipotesi che questo Governo resista alla prossima tornata elettorale. In questo senso la revisione del Titolo V della Costituzione è un processo importante.

Il dato preoccupante è che gli strumenti attualmente messi a disposizione non funzionano come dovrebbero. Si parla di rilancio dell'Enit e dei pochi fondi messi a disposizione, ma c'è qualcuno che ha pensato di spendere non pochi soldi per l'Enit, ad esempio nominando un direttore generale che verrà a costare dai 180.000 ai 200.000 euro l'anno. È un particolare di cui tenere conto, dato che l'Enit non ha la possibilità di pagare il personale (basti pensare alle riduzioni di organico fatte lo scorso anno e che oggi sono state giustamente sottolineate).

Analogamente, penso che il rapporto con le Regioni sia fondamentale, ma è un po' poco rilanciarlo adesso, dopo un anno di mandato di questo Governo. Forse sarà opportuno sapere che cosa abbia prodotto il rapporto con le Regioni.

Signor Ministro, in occasione della precedente audizione abbiamo chiesto di acquisire agli atti (e ci è arrivata puntualmente) la documentazione sulla *Convention Bureau* e abbiamo anche visto come siano stati spesi quei soldi. Forse è opportuno che nei documenti vengano denunciate queste situazioni di spreco. Certo, non è colpa di questo Governo, né tantomeno del ministro Gnudi, ma questi sono fatti importanti da dover sottolineare perché sono soldi dello Stato che vengono buttati al vento.

Oggi avviamo un percorso di rinnovamento e ci è stato anche indicato come farlo, dato che avete opportunamente descritto nel documento una calendarizzazione degli interventi da adottare. Probabilmente dovremmo dedicare un'altra audizione sul tema, trattandosi di argomenti particolarmente significativi.

Vorrei comunque ringraziare il ministro Gnudi e il professor Bergami per la sua illustrazione.

Allo stesso modo sarà importante definire – e lo faremo in un'apposita seduta – un percorso che riguarda un altro argomento importante. Abbiamo chiesto al ministro Moavero Milanesi di prendere contatti a livello europeo per la vicenda, che ormai è diventata determinante, della direttiva Bolkenstein sulle concessioni balneari. Abbiamo incontrato informalmente in Parlamento il ministro Moavero Milanesi, il quale si è impegnato a muoversi in questo senso, credo d'intesa con il ministro Gnudi. Evitiamo di discuterne oggi, ma lo faremo in altra seduta, anche perché non abbiamo ancora preso visione del decreto, se si escludono alcune edizioni provvisorie e poco attendibili del testo che sono state diffuse: è poca cosa rispetto a quello che ci aspettavamo, ma non vogliamo ancora esprimere un giudizio. Lo faremo in altra sede.

ARMATO (PD). Signor Presidente, ringrazio il Ministro e il dottor Bergami, per l'illustrazione di questo piano strategico per il turismo, sul quale esprimiamo un giudizio positivo. È positivo il fatto che finalmente si parli di turismo in maniera globale, analizzando il contesto, i punti di forza e di debolezza, e considerando questo settore – lei l'aveva detto an-

che nelle altre audizioni che ha svolto in 10^a Commissione – come un settore cruciale per lo sviluppo del nostro Paese. Io aggiungerei che ciò è vero in particolare in questo momento, in cui per la verità vediamo pochi settori che possano trainare il nostro Paese verso il benessere e lo sviluppo. Il nostro è un Paese che non ha mai puntato sul turismo e che però ha tutte le premesse – invidiateci, come è stato sottolineato – per puntare pienamente sul turismo e sui turismi. Il giudizio è positivo anche per il percorso virtuoso che è stato seguito per arrivare al piano. Abbiamo letto che sono state coinvolte pienamente le istituzioni e che lei pensa di presentare questo piano anche agli operatori e ai settori imprenditoriali che operano nel comparto: ci sembra che questo sia un percorso positivo.

Mi faccia dire in premessa – poi lo dirò un po' meglio fra qualche minuto – che mi sembra e ci sembra che tutto questo progetto e gli obiettivi da conseguire non possano essere effettivamente colpiti e raggiunti se sul turismo non si fa un investimento anche in termini di risorse finanziarie. Ci sono altri tipi di investimento, com'è stato detto: sulla formazione, sul contesto, sulle infrastrutture (penso ad esempio ai trasporti). Occorre tuttavia che ci sia anche un investimento finanziario forte in questo settore e che quindi le leve di intervento più rilevanti che sono state sottolineate possano essere aidate con investimenti finalizzati: non dati a pioggia (come spesso è accaduto in passato), ma che comunque devono essere previsti.

Il piano individua come priorità – ciò è stato sottolineato più volte anche nell'intervento del dottor Bergomi – la necessaria modifica del Titolo V e sottolinea la necessità di una *governance* nazionale sul turismo. È del tutto evidente che questa *governance* è necessaria e che bisogna realizzarla attraverso alcuni strumenti importanti. Nel piano viene individuata una cabina di regia; noi riteniamo che anche l'Enit sia uno strumento fondamentale per questa *governance* e per l'unità della promozione del marchio Italia all'estero. Abbiamo assistito molte volte al fatto che le Regioni vanno a promuovere se stesse all'estero, a volte anche soltanto un piccolo pezzetto del loro territorio, senza pensare che tutto questo non ha senso se non è inserito in una promozione più generale. Quindi la riforma dell'Enit è musica per le nostre orecchie. Noi abbiamo presentato più volte – come anche il Ministro sa – una proposta di riforma dell'Enit, che prevedeva la sua trasformazione in una Spa, con il forte coinvolgimento degli operatori e delle Regioni. Abbiamo sottolineato inoltre come questa riforma dell'Enit debba essere immediata. È possibile, signor Ministro? Abbiamo tentato di farla passare nel provvedimento sulle liberalizzazioni. È possibile farla passare adesso, con un emendamento che potremmo presentare, ad esempio, sul provvedimento cosiddetto «crescita-bis»? Lo ripeterò anche per altre proposte che intendiamo avanzare, perché noi pensiamo che il settore abbia bisogno di provvedimenti immediati.

È vero che nel piano lei afferma che prevede di presentare i primi provvedimenti già nei primi mesi dell'anno, in occasione delle prime riunioni del Consiglio dei Ministri. Ma è anche vero che siamo già in pieno esame del decreto sulla crescita. Se davvero il turismo serve ed è un set-

tore che deve svilupparsi, alcune cose devono esserci nel decreto sulla crescita. Altrimenti vorremmo sapere quando sarà presentata questa riforma dell'Enit.

Ci sembra utile l'armonizzazione delle tasse di soggiorno in un'unica tassa di scopo, in modo da destinare parte di queste risorse, di cui ho sottolineato l'importanza, al settore. Anche su questo vorrei proporre l'adozione di una norma condivisa da inserire nel decreto sviluppo. Si tratta naturalmente di una questione complessa e probabilmente è necessaria una concertazione con gli Enti territoriali che già applicano la tassa di soggiorno; vediamo tuttavia se è possibile accelerare da questo punto di vista.

Nel piano viene detto più volte – l'ha detto anche lei – che nel turismo la crescita deve avvenire a costo zero o con risorse limitate e che è difficile quindi prevedere agevolazioni fiscali. Noi su questo abbiamo un'idea diversa: riteniamo che sia necessario stimolare la crescita del turismo, anche e necessariamente attraverso il potenziamento di quelle strutture e di quelle imprese che svolgono servizi di accoglienza turistica, alle quali potrebbero essere riconosciuti gli stessi sgravi fiscali che vengono riconosciuti, ad esempio, alle abitazioni private, favorendo così obiettivamente gli investimenti.

Prima si parlava della riqualificazione e del fatto che abbiamo un sistema ricettivo molto antiquato, vetusto e da rinnovare. Ma come si fa a rinnovarlo se non ci sono stimoli verso la «rottamazione» e il rinnovamento? Da questo punto di vista tale misura è necessaria e noi la riproporremo. Abbiamo chiesto al Senato di votare – e sono stati votati all'unanimità – ordini del giorno che impegnano il Governo, compatibilmente con le esigenze di finanza pubblica, ad inserire tra gli incentivi previsti per la ristrutturazione edilizia anche le spese relative agli interventi sugli immobili adibiti a strutture ricettive. Penso che riproporremo l'adozione di tale misura anche in questo decreto sulla crescita.

Vorrei dire adesso qualcosa sul Mezzogiorno. Nell'analisi che è stata fatta si sottolinea come ci sia, anche in questo settore ed anche da questo punto di vista, una grandissima disparità tra il Nord e il Sud. Lei nell'intervista ha parlato di due maxipoli turistiche da realizzare nel Mezzogiorno; anche in questo caso vorrei sottolineare qualche perplessità. Vorrei anzitutto capire bene di cosa si tratta. Lei ha annunciato che su di essi ci saranno investimenti da parte di capitali esteri; su questo punto vorrei sottolineare qualche perplessità, perché non è proprio facile attrarre capitali nel Mezzogiorno, per tante ragioni di contesto (parlo di capitali leciti). Per quanto riguarda il Mezzogiorno, credo pertanto che sarebbe meglio pensare ad interventi più ordinari (vale a dire rientranti nell'ordinarietà) che a dei maxiprogetti, che poi alla fine si possono trasformare in quelle cattedrali nel deserto che sono state realizzate nel settore industriale – cui lei ha fatto riferimento – e che molto spesso non hanno trasformato gli investimenti in un vero sviluppo del Mezzogiorno.

È positivo il coinvolgimento degli altri Ministeri. Ho letto che, per quanto riguarda la formazione, ci sono delle figure professionali non adeguate (anche all'Enit). In questo Paese effettivamente le scuole alber-

ghiere, che comunque forniscono delle buone professionalità, sono frequentate dai ragazzi che si sentono poco dotati per una scuola diversa. In realtà, bisognerebbe potenziare l'utilizzo di queste scuole, che sono molto qualificate dal punto di vista dei piani di formazione. Credo sia dunque preferibile investire su questo profilo di formazione piuttosto che su un'altra altissima scuola di formazione per il turismo, di cui pure ho sentito parlare ed ho letto, che ritengo possa non rispondere positivamente alla necessità di una formazione maggiore e migliore.

Ci sarebbero tante altre cose da dire. C'è, ad esempio, la questione dei visti, che certamente avremo modo di approfondire in una successiva occasione. Mi sia però consentito di dire qui brevemente che, se vogliamo conquistare mercati come quello cinese o indiano, occorre snellire la procedura per i visti. Credo debba essere infatti utilizzata anche per i visti la burocrazia a costo zero di cui pure nel piano si parla.

Infine, c'è la questione delle concessioni demaniali a scopo turistico. Signor Ministro, abbiamo apprezzato l'annuncio che lei ha fatto – credo anche sotto la spinta delle iniziative che abbiamo assunto non solo come Commissione, ma anche come singoli senatori, nonché come Gruppo del Partito Democratico – di una missione a Bruxelles per definire i limiti e i termini di applicazione della direttiva Bolkestein. Noi non vogliamo incorrere in un'altra procedura di infrazione, non vogliamo che l'Italia corra questo rischio. Pensiamo, però, che sia necessario verificare a livello europeo tutte le possibilità per fare in modo che siano comunque tutelate quelle realtà imprenditoriali forti e positive che hanno fatto investimenti.

Non voglio comunque dilungarmi troppo su questo punto, che doveva essere la coda e non già la testa del mio intervento.

Siamo quindi d'accordo col fare questa verifica: che si faccia al più presto e poi, magari, ci incontreremo di nuovo qui in Commissione.

Concludo infine questo mio intervento rivolgendolo a lei, ministro Gnudi, l'augurio di una pronta guarigione.

GHIGO (*PdL*). Signor Presidente, ringrazio anch'io il ministro Gnudi ed il professor Bergami per l'interessantissima esposizione.

Molte cose, per la verità, sono già state dette dalla collega Armato, che d'altro canto proviene da un'esperienza amministrativa in ambito regionale per certi aspetti simile alla mia. Mi limiterò quindi solo a sottolineare in maniera molto chiara alcuni profili riguardanti il primo punto della *road map* da voi messa in campo.

Nell'ambito delle sette linee guida da voi indicate, il vostro primo obiettivo riguarda la *governance*. Da quanto ci avete detto oggi e da quello che noi già sappiamo da tanto tempo, il problema più critico che nel nostro Paese incontra la gestione di una risorsa come il turismo è la frammentazione delle competenze e l'assoluta difficoltà a fare sistema nella promozione e nell'articolazione degli interventi. Per quanto mi riguarda – lo dico da molti anni per l'industria e la filiera agroalimentare – anche il turismo, come la cultura, dovrebbe essere considerato nel nostro

Paese alla stregua di un'industria; anzi, in relazione anche agli eventi globali, si potrebbe dire che il turismo, la cultura e la filiera agroalimentare dovrebbero forse diventare prioritari nell'ambito delle politiche strategiche di sviluppo del nostro Paese rispetto alle realtà che sono fuori mercato ed alle quali mi pare anche il Ministro abbia fatto cenno.

Abbiamo la fortuna di avere una grande risorsa che non è fuori mercato, ma che non è neppure nel mercato, perché non siamo stati capaci di promuoverla e di organizzarla nella maniera più corretta, più giusta e più competitiva.

In questo senso diventa dunque fondamentale il coordinamento a livello politico con le Regioni. Purtroppo la riforma del Titolo V – lo dico io, così evito di essere tacciato di «sindacalismo istituzionale», cioè di difendere a tutti i costi le Regioni – rispetto ad alcune materie non ha prodotto i risultati sperati, e faccio questa affermazione con rammarico, perché onestamente ci avevo creduto: mi riferisco al turismo, alle infrastrutture, che sono strettamente legate al turismo, e all'energia, che invece col turismo c'entra poco, ma ha che vedere con il rilancio strategico del nostro Paese.

PRESIDENTE. C'è anche la sanità: penso a tutti i «buchi» che ci sono.

GHIGO (*PdL*). Magari quei «buchi» sarebbero stati ancora più grandi.

Ad ogni modo, tornando al discorso che stavo facendo, anche io concordo con il Presidente nel dire che alcuni elementi difficilmente potranno essere modificati in questa legislatura attraverso una riforma di legge costituzionale. Credo che ciò possa avvenire invece attraverso una forte responsabilizzazione delle Regioni sul tema, come d'altro canto penso voi farete anche mediante tutti gli appuntamenti che avete prima ricordato.

Le Regioni in questo momento sono un po' più deboli, ma spero che riescano a cogliere l'occasione che può essere rappresentata da un piano strategico così bene articolato come quello che oggi ci è stato illustrato.

Rilevo comunque – non la prendete come una critica – che nella presentazione che ci avete fatto non sono state evidenziate cose nuove: diciamo che più o meno le questioni che voi avete razionalizzato nella vostra ben fatta presentazione sono quelle che, almeno da parte delle persone che si occupano di amministrazione o di turismo, già si conoscevano. Una volta fatta la diagnosi, però, la novità dovrebbe essere nella cura. Se alle enunciazioni ed agli impegni che voi avete assunto in questo piano – e mi rivolgo principalmente al Ministro – seguissero delle azioni di governo del fenomeno, questo sarebbe obiettivamente un grande risultato. Hanno fallito quasi tutti i Ministri al turismo, sia dell'una che dell'altra parte politica, perché forse non era ancora maturata una certa sensibilità di fronte a quella che è una delle ultime opportunità che il nostro Paese può cogliere.

In funzione di ciò gli strumenti che avete immaginato e pensato sono tutti utili: ce ne sono alcuni che naturalmente hanno una priorità, altri meno.

Sono convinto anche io che debbano essere rivolti alcuni segnali di attenzione ad un settore importante come l'industria del turismo, voglio chiamarla così. Ci confronteremo su questo tema anche con il suo collega, il ministro Passera, che avremo modo di sentire nelle prossime settimane in occasione della discussione del provvedimento sulla crescita, nonché di quello sul Piano energetico nazionale. In particolare, ritengo che il ministro Passera debba cogliere l'occasione del provvedimento sulla crescita – posto che, a mio avviso, è anche una delle ultime occasioni di questo scorcio di legislatura, visto che non credo ci sarà possibilità di farlo con la legge di stabilità – per dare un segnale dell'attenzione del Governo su un tema fondamentale come il turismo. Penso che un intervento di questo tipo ci debba essere, magari concordandolo prima con le Regioni, in modo che possa realizzarsi il massimo della sintonia.

La collega Armato ha richiamato alcuni aspetti, ma credo che si possano riprendere quelli che sono stati citati prima come priorità del Piano strategico per il turismo. Anche noi probabilmente presenteremo degli emendamenti, ma sappiamo tutti che, se non c'è una volontà politica, difficilmente su una materia come il turismo questi emendamenti potranno essere accolti, perché ci sarà poi chiaramente il grande scontro con la 5^a Commissione per i problemi di copertura finanziaria delle proposte emendative presentate.

Concludo ponendo una domanda alla quale probabilmente mi verrà data risposta in un momento successivo. Vedo che c'è la volontà di investire 50 milioni sulla comunicazione. È chiaro che la comunicazione è uno degli elementi strategici fondamentali per veicolare la nostra offerta turistica, oltre a razionalizzarla ed ammodernarla, creando una trasformazione dell'Enit. Sono tutti aspetti coadiuvanti, ma è chiaro che la comunicazione è la copertina del prodotto che noi vogliamo offrire, soprattutto nei circuiti internazionali, considerando che il turismo interno, secondo quella che credo sia anche la vostra opinione, è stagnante, nel senso che non può dare segni di crescita.

Noi guardiamo molto bene all'estero e per farlo bisogna immaginare forme di comunicazione che siano all'altezza del prodotto che noi vogliamo promuovere. Avete fatto riferimento all'inserimento delle nostre località turistiche nelle sceneggiature dei *film*, che in buona parte già avviene. Vorrei rilevare che il sistema delle Regioni, che ha dei difetti, trova invece nelle *film commission* regionali uno strumento molto utile e molto accattivante per attrarre investimenti cinematografici.

La promozione sarà poi fondamentale. I nuovi strumenti di comunicazione sono infatti sempre più avanti di quanto uno li possa cogliere; bisognerebbe quindi avere la capacità di interpretare i canali, perché, come è stato giustamente detto, ormai c'è un B2B tra prodotto e consumatore del prodotto. C'è quasi un rapporto personale; si va in rete, si sceglie la località, la camera, il periodo e lo sconto; sono tutte azioni che ognuno di noi

ha praticato nel cercare una località turistica dove passare le proprie vacanze.

Non sentitevi minimamente colpiti da questa mia affermazione, ma credo che non ci siano elementi di particolare novità. La novità che potrebbe essere significativa è che il Governo, attraverso il ministro Gnudi, possa veicolare nel prossimo decreto qualche segno specifico su questo settore.

PISCITELLI (CN:GS-SI-PID-IB-FI). Signor Presidente, desidero anzitutto ringraziare il Ministro per il suo intervento in Commissione e per averci presentato questo piano strategico per lo sviluppo del turismo in Italia. Mi associo a quello che hanno detto i miei colleghi: fanno parte di quanto è stato efficacemente esposto in questo piano strategico questioni che sono ormai antiche.

In effetti, per quanto riguarda la competenza sul turismo da parte delle Regioni, credo che la riforma del Titolo V della Costituzione sia fondamentale per rilanciare il turismo in Italia. Abbiamo infatti visto che la frammentazione, in particolare per quanto riguarda la promozione turistica, costituita da fondi pubblici che le Regioni hanno gestito in questi anni, facendo ognuno lo *sponsor* del proprio campanile, non ha dato risultati di efficacia con riferimento all'azione della pubblica amministrazione.

Penso che debba esserci una cabina di regia, che non può però prescindere da una riforma costituzionale che però ha i suoi tempi di realizzazione. In questo scorcio di legislatura spero che il ministro Gnudi possa in qualche modo accordarsi con il ministro Passera per inserire nel cosiddetto decreto crescita qualche segnale positivo al fine di mettere al centro dell'azione del Governo e del nostro Paese lo sviluppo turistico dell'Italia.

Vorrei poi soffermarmi sulla questione dell'adeguamento delle strutture turistiche ricettive, dell'*incoming*, di una maggiore responsabilizzazione degli imprenditori sotto questo aspetto e di una formazione più decisa di coloro che nel futuro saranno gli operatori turistici. Si tratta di una questione molto importante che penso vada in qualche modo sostenuta.

Ci sono poi questioni che sono a lungo termine. Vorrei chiedere al Ministro quali siano gli aspetti a breve termine e se ci sia uno scadenziario. Vorrei quindi sapere qual è l'obiettivo sul quale si concentrerà in questi mesi il Ministro; se, ad esempio, è quello dell'Enit che, seppur importante, dovrà essere ripensato.

L'Enit fa promozione turistica all'estero, ma se la promozione in qualche modo rientra nella gestione da parte delle Regioni, si trova ad essere soltanto un organizzatore di manifestazioni portate avanti dalle Regioni, dai Comuni e dalle Province e, quindi, serve a poco.

Bisogna pertanto creare un'Italia che funzioni come sistema integrato, ma che sia unico facendo sì, quindi, che l'immagine del Paese sia presentata in modo univoco.

Vorrei poi richiamarmi anche io alla questione della direttiva Bolkestein. Sono a conoscenza dell'incontro che si svolgerà a livello di Commissione europea. Ci sono aspettative forti da parte di operatori turistici

di quel settore perché, in effetti, il settore del servizio in spiaggia è tipicamente italiano ed in qualche modo va tutelato, perché ci sono società e persone che hanno investito molto dietro questo aspetto. Sono soprattutto società a livello familiare e, quindi, penso vadano difese e tutelate. Chiedo quindi al Ministro di intercedere fortemente perché ci sia da parte della Commissione europea un ripensamento e che questo aspetto tutto italiano venga preso come tipicità e messo da una parte rispetto alla direttiva Bolkestein.

C'è poi stata una richiesta di partecipazione da parte di operatori, ma soprattutto da parte delle Regioni e dei Comuni, per partecipare ed affiancare questa missione. Non so se ci sia questa possibilità e rimando quindi questa richiesta che hanno fatto alcuni di loro.

Ringrazio davvero il Ministro. Il piano è giusto e dice ciò che è reale, evidenziando in particolare le note negative che fanno del turismo italiano, che potrebbe essere un'industria primaria, un'industria di secondo livello. Sono stati centrati tutti gli obiettivi. Sono cose che si fanno, ma che devono essere in qualche modo affrontate a viso aperto.

Chiedo quindi quale sia, ad avviso del Ministro, l'azione principale che potrà riuscire a portare a termine in questo scorcio di legislatura.

CAGNIN (LNP). Signor Presidente, mi associo anche io ai complimenti, perché si propongono delle misure interessanti; però non sono affatto d'accordo sulla revisione del Titolo V della Costituzione. Basta vedere quali sono le Regioni che promuovono il proprio turismo e quali sono le Regioni che non riescono a farlo. Vogliamo allora che le Regioni che promuovono il turismo, sono interessate a farlo e ne hanno la capacità, continuino a fare il loro lavoro? Purtroppo tale lavoro è decrescente rispetto ai tempi d'oro, proprio perché ci sono meno investimenti. Le Regioni tuttavia tentano e fanno di tutto per promuovere il turismo all'estero, portando anche capitali esteri perché riescono a portare investimenti dall'estero nelle proprie Province per incentivare il turismo. In altre Regioni ciò non avviene, a causa di un'incapacità di utilizzare i veicoli che vengono messi a disposizione a livello nazionale di promozione.

Ne consegue dunque la seguente osservazione: va bene promuovere il turismo là dove non viene incentivato, ma bisogna penalizzare chi non lo incentiva per una propria mancanza e darne la responsabilità a chi avrebbe il compito di farlo dal punto di vista istituzionale. Le amministrazioni devono essere messe nella condizione di svolgere il loro lavoro, ma se non lo fanno bene e quindi non promuovono adeguatamente il turismo devono pagarne le conseguenze. Oggi non si può investire in una località o in un'altra, se le *film commissions* – di cui ho sentito parlare poco fa – ad Udine, ad esempio, stanno sparendo e probabilmente spariranno anche in Piemonte. Il problema è che per promuovere il turismo non bastano le *film commissions* né gli stadi, perché bisogna farlo in modo serio ed efficace, proponendo pacchetti fruibili per le varie tasche. Questo significa anche proporre a chi viene in Italia siti confacenti ai propri desideri ed alla propria visione di turismo e *relax*.

Sono d'accordo sull'idea di investire in tale comparto, ma il punto è che le Regioni e le Province sono il posto giusto e le delegate giuste per promuovere il turismo. Vogliamo costituire una regia nazionale? Non potrà comunque essere quella a decidere dove, come, quando e cosa promuovere come turismo, che dev'essere invece il frutto di un lavoro d'*équipe*, per dare alla Regione che l'ha fatto bene la possibilità di continuare a farlo; le altre verranno incentivate, ma se non saranno in grado di farlo, pagheranno lo scotto di non avere turismo (e non l'avranno nemmeno se investiremo 100 milioni di euro).

GNUDI, *ministro per gli affari regionali, il turismo e lo sport*. Signor Presidente, desidero anticipare qualche risposta, che poi nel dettaglio svilupperà il professor Bergami.

Il Titolo V rappresenta certamente una speranza, come ben sappiamo, e non riteniamo che il turismo debba diventare una materia di esclusiva pertinenza dello Stato, bensì che debba esservi una legislazione concorrente. Il nostro Paese, fortunatamente, è così variegato che ogni Regione, avendo specificità proprie, è giusto che venga promossa in modo diverso. Occorre però una regia, perché all'estero, ad esempio in Cina, si deve promuovere l'Italia, non la singola Provincia.

Per la riforma del turismo riteniamo fondamentale puntare sull'ENIT, che ne è il braccio operativo (e se il braccio non funziona, è difficile che funzioni tutto il resto). Come nel caso di qualche grande progetto, come è stato ricordato poc'anzi, quando si vara un piano a dieci anni bisogna introdurre anzi tutto elementi di lungo periodo. Va ricordato che l'unico settore in cui gli stranieri investono è il turismo (si guardi all'investimento fatto dal Qatar in Costa Smeralda e ai tanti alberghi acquistati in questi anni da fondi stranieri).

Gli investimenti per il turismo sono insufficienti. Tra gli ostacoli maggiori troviamo i problemi di tipo burocratico: Forte per realizzare il suo albergo in Sicilia ha impiegato sette anni, ma in qualsiasi altra parte del mondo ne avrebbe messi due: se non sciogliamo questo nodo, com'è stato giustamente detto poco fa, nessuno verrà ad investire qui. Chi guarda all'offerta di investimenti nel mondo sa che il turismo in Italia è un settore che presenta grandi opportunità. È logico quindi che voglia investire qui: bisogna però metterlo nella condizione di farlo, senza che debba aspettare anni per ottenere i permessi (ecco dove sta il problema enorme).

A dire la verità, nel famoso decreto avevo promosso agevolazioni fiscali simili a quelle per le case e le abitazioni civili, ma la Ragioneria me le ha bocciate. Ritengo servano fondi, anche pubblici, per migliorare la competitività del nostro turismo, ma lo si può fare passo passo, appena ve ne sarà la disponibilità. Dal momento che riteniamo che anche il prossimo anno vi sarà un forte calo del turismo nazionale, dato che purtroppo la situazione è quella che conoscete meglio di me, abbiamo puntato sulla promozione per tentare di compensare parzialmente tale calo con una ripresa ed un aumento del turismo estero. Siamo assenti dalla promozione da anni. Se si vuole che la promozione abbia un ritorno, si devono inve-

stire somme importanti, altrimenti investire poco serve a poco: come sanno bene tutti coloro che si occupano di *marketing*, una campagna pubblicitaria, se è ben strutturata, è anche costosa e allora serve, altrimenti sono soldi gettati via.

PIANON. Signor Presidente, vorrei esprimere un paio di commenti sull'offerta di prodotti e sui *film*, per ricordare che le *film commissions* regionali esistono, ma che in realtà anche l'attività volta ad aiutare le produzioni straniere potrebbe trarre enorme vantaggio dal varo di una legge centrale e dalla possibilità di disporre di un *budget* centrale. Ciò potrebbe spingere infatti questo grande veicolo di promozione verso Paesi come India e Cina, che hanno popolazioni immense, dalle quali partirà un altissimo numero di viaggiatori. Riuscire ad avere una regia centrale può dunque essere d'aiuto e potrebbe essere uno dei valori aggiunti apportati dal centro alle singole Regioni.

Tornando alla domanda volta a capire se è giusto cambiare un sistema in cui alcuni sono stati bravi ed altri invece sono stati l'ultima ruota del carro, l'Italia procede comunque a rilento nel settore turistico ed anche le regioni «brave» e quelle migliori sono cresciute poco. Negli ultimi dieci anni, come abbiamo visto, nel nostro bacino il mercato turistico è cresciuto quasi dell'8 per cento, ma le nostre Regioni migliori sono cresciute solo del 2 o 3 per cento (mentre quelle del Sud in particolare, in termini di presenza, sono addirittura regredite). Anche all'interno delle Regioni che eseguono il loro mestiere molto meglio delle altre, vi è stata comunque l'incapacità di presidiare certe evoluzioni.

In particolare, abbiamo fatto riferimento al tema dei segmenti emergenti dei Paesi lontani, dato che non abbiamo servito bene il mercato cinese, ma abbiamo perso anche presenze di tedeschi (che sono stati un terzo rispetto ai Cinesi) e questo lo facciamo tutti, anche le grandi Regioni che procedono bene, non soltanto il Sud, che ne è completamente tagliato fuori. Non abbiamo servito bene neppure indiani e brasiliani né abbiamo seguito a dovere il tema dei canali digitali, dato che l'Italia è molto indietro rispetto a Paesi come Stati Uniti e Gran Bretagna nel presidiare canali di comunicazione molto utilizzati dai viaggiatori di oggi, sui quali lavoriamo poco. Un esempio valga per tutti: la Gran Bretagna stipendia una quindicina di *blogger* nei mercati importanti che mandano tante presenze in Europa, affinché animino il dibattito, leggano i commenti che vengono scritti e parlino bene dell'area.

Siamo molto indietro rispetto a tutta una serie di tematiche in cui, com'è stato giustamente detto, conta il concerto che deve regnare fra Regioni e Governo, che, insieme all'Enit, può essere un grandissimo strumento di valorizzazione per esse.

In conclusione, molto importante è il tema del *focus*, di cui parliamo con riferimento a trenta o quaranta prodotti e destinazioni. È molto importante. Nel mondo di oggi il consumatore è sommerso da tantissime offerte attraverso internet e da una pletora di destinazioni. Dobbiamo avere la forza, per ciascuna Regione, di capire bene quali siano i prodotti di mag-

gior contenuto e valore, vestirli e costruirli al meglio, farli rendere e spingerli al loro massimo potenziale. Altrimenti l'Italia corre il rischio di frammentarsi, perché è vero che ha tantissima offerta potenziale, ma dobbiamo capire quali sono i cavalli su cui puntare. Ogni Regione può avere prodotti di grande forza, ma devono essere costruiti bene. Vorrei farvi l'esempio della Sicilia, che è una Regione che esegue molto male: negli ultimi dieci anni vi sono stati costruiti tre *resort* a cinque stelle che vanno tutti male, perché non hanno intermodalità, sono molto distanti dall'aeroporto, non hanno offerta di shopping e non sono stati pensati come un sistema turistico. Sono strutture isolate.

Dobbiamo aiutare i prodotti che mettiamo a terra – come affermava il professor Bergami – ad essere dei veri prodotti turistici al servizio del viaggiatore dal momento in cui parte dal suo Paese di origine fino a quando non vi fa ritorno. Occorre che l'ospite viva un'esperienza positiva lungo tutto il suo percorso.

BERGAMI. Vorrei rispondere sul tema della formazione, che è molto importante, e poi tornare brevemente sulle competenze dell'Enit.

Indubbiamente è necessario investire non solo nell'altissima formazione di figure manageriali, ma anche nella formazione di chi esce dalle scuole medie e frequenta gli Istituti alberghieri e per il turismo. Serve strutturare e differenziare meglio l'offerta tra corsi di laurea e ITS, perché questo è uno strumento molto forte, di cui abbiamo disponibilità adesso e che consente una più facile integrazione con il mondo produttivo. È altrettanto importante investire sulla formazione post-laurea, perché abbiamo bisogno di far crescere competenze adeguate anche nelle figure manageriali, in presenza di una struttura così fortemente imprenditoriale.

Per quanto riguarda la scuola di alta formazione cui faceva riferimento la senatrice Armato, il progetto è di non fare un ennesimo istituto per il turismo, ma di creare una struttura che possa mettere in rete le esperienze migliori. Un modello nuovo: non l'ennesima struttura pesante che necessita di autosostenersi, bensì una struttura che crei un *network* e coordini le iniziative più importanti.

PRESIDENTE. Anche questa formazione è di competenza regionale?

ARMATO (*PD*). La formazione è di competenza regionale, mentre l'alta formazione è di competenza nazionale.

BERGAMI. Il progetto che stiamo lanciando con il Ministro e il Sottosegretario per l'università e la ricerca è un ripensamento delle professionalità e una messa a punto delle competenze richieste alle diverse figure professionali, dall'uscita dalle scuole medie fino a dopo il conseguimento della laurea. È un progetto che poi il Ministero metterà a regime, evidentemente in coordinamento con le Regioni.

Per quanto riguarda le competenze manageriali di cui l'Enit dispone e di cui dovrebbe dotarsi, nel momento in cui pensiamo ad un Enit che non

si limiti più semplicemente ad organizzare la promozione, ma aiuti il coordinamento centrale, la promo-commercializzazione delle Regioni e sia presente sui canali digitali, è evidente che dovremmo dotarlo di competenze che siano più specializzate sul *marketing*, che sul diritto amministrativo o sulla comunicazione. Mi riferisco alla capacità di confezionare prodotti ed essere presenti sui canali digitali, con tutte le competenze informatiche richieste.

PRESIDENTE. Ringrazio nuovamente gli auditi per il prezioso contributo fornito ai lavori della Commissione e dichiaro conclusa l'audizione, ferma restando l'intesa di un'eventuale ulteriore convocazione tesa a definire meglio questo percorso, così come ad affrontare il tema delle concessioni balneari. Nel frattempo ci auguriamo che dalla Commissione europea possano provenire novità interessanti.

I lavori terminano alle ore 16,30.

